

MEDIENMACHT

Methoden zur Meinungsbildung und Manipulation

-

Bachelor Thesis

im Studiengang Medientechnik an der HAW Hamburg

vorgelegt von:

Arian Javanbakht

1889873

Erstprüfer: Herr Prof. Willaschek

Zweitprüfer: Prof. Kapp

Hamburg, 20.03.2015

INHALTSVERZEICHNIS

Zusammenfassung - Abstract	3
Inspiration dieser Arbeit 2009 bis 2014	4
Shahab D. - Ein Mensch Zwei Gesichter	4
Meinungsbildung und Manipulation auf politischer Ebene	9
Medienmacht in der Politik - Spiel mit dem Zuschauer	9
The Daily Mirror - The „Vile“	18
Meinungsbildung und Manipulation im Sportgeschäft	23
Medienmacht im Sport - Von der Presse zerfleischt	23
El Clasico - Profit aus Rivalität	26
The Daily Mirror vs. Lukas Podolski	39
Babak Rafati - Zwischen Suizid und Karriere.....	46
Meinungsbildung und Manipulation im gesellschaftlichen Themen	56
Medienmacht in der Gesellschaft – Wahren von Klischees und Glaubenssätzen	56
RTL Explosiv – Auf der Gamescom 2011	59
Ansaar International e.V. – Die Abrechnung	65
Medienkultur	78
Fazit - Leitkultur der Medienlandschaft	78
Anhang	87
Quellenverzeichnis	87
Eigenständigkeitserklärung	90

Zusammenfassung - Abstract

Eine persönliche Erfahrung führte mich zu der Grundidee dieser Arbeit: Wie viel Macht haben die Medien und mit welchen Methoden arbeiten sie? Beeinflussen sie die Denkweise ihrer Konsumenten?

Diese Arbeit betrachtet ausschließlich Print-Medien, TV und das Internet in ihrem operativen Geschäft. Auf allen drei Plattformen werden die Methoden, wie die Verwendung von Signalwörtern, das Setzen von Bildern und das Spiel mit einem Klischee untersucht.

Diese Methoden werden anhand von Fallbeispielen untersucht. Die Fallbeispiele werden in drei Kategorien eingeteilt, nämlich Politik, Sport und Gesellschaft.

Im Fazit werden mögliche Theorien analysiert.

-

This work's general idea is based on a personal experience: how much power is owned by the media and what methods are they applying? Are they influencing their consumer's way of thinking?

This thesis is solely researching print media, TV as well as the internet in their operations. All three platforms are examined based on their method in use, such as the usage of keywords, images and the game with clichés.

The methods will be analyzed by means of use-cases. The chosen use-cases can be categorized into politics, sports and society.

INSPIRATION DIESER ARBEIT:

2009 BIS 2014

Shahab D. – *Ein Mensch Zwei Gesichter*

Im Sommersemester 2009 begann ich mein Medientechnik Studium an der HAW Hamburg. Zu der Zeit besuchte ich regelmäßig eine Moschee, in unmittelbarer Nähe zu meinem Departement. In dieser Moschee traf ich einige Monate zuvor meinen Freund Shahab wieder, den ich seit Kindesbeinen an kannte. Er hatte sich leicht verändert, er trug einen Bart und des Öfteren ein weißes Gewand. Doch strahlen vor Lebensfreude, tat er wie früher. Wir besuchten gemeinsam gelegentlich die Moschee und redeten viel miteinander. Wir redeten über sämtliche Themen, rund um den Islam, aber auch über Themen aus dem alltäglichen Leben, wie Frauen, Uni und Arbeit. Im Frühjahr 2009 verschwand Shahab wieder aus meinem Leben, ohne Hinweise zu seinem Verbleib. Ich dachte mir nichts weiter dabei, immerhin war er verheiratet und führte ein geregeltes Leben. Ich sollte ihn eines Tages wiedersehen.

Vier Jahre später, im Wintersemester 2013 belegte ich das Vorlesungsfach Systematik Dramaturgie. Das Thema des Seminars war „Recherche“.

Auch ich recherchierte einst nach dem Verbleib meines Freundes Shahab. Er verschwand, wie bereits erwähnt, Anfang 2009. Kurze Zeit später sah ich ihn wieder. Ich stieg aus der Bahn und sah ihn am Kiosk, auf einem Zeitungsständer, in einer Zeitung, auf dem Titelblatt. Mein guter Freund Shahab war auf den Titelblättern sämtlicher Tageszeitungen in Hamburg. Meine Recherche hatte nun eine Quelle, nämlich die Medien.

In Systematik Dramaturgie im Wintersemester 2013, sprach ich erstmals über meine Recherche. Mein Thema hieß: „*Was macht eine Recherche mit mir?*“. Ändert sie meine Sichtweise? Wenn ja, über wen- über das Rechercheobjekt, oder über das Recherchemedium?

Shahab hatte derweil zwei Gesichter, nämlich das was ich von ihm kannte und das aus den Zeitungen. Ich stellte als erstes meinen Kommilitonen des Seminars das Titelbild vor, welches ich in der Zeitung am Kiosk fand.



Shahab D. erstes veröffentlichtes Bild 2009 - spiegel.de

Ich ließ das Bild wirken und fragte meine Kommilitonen nach ihren ersten Gedanken, die ihnen beim Ansehen dieses Bildes in den Kopf schossen. „Angst“, „Furcht“ waren die ersten Ausführungen, bis Einzelne sich endlich trauten Worte auszusprechen wie „Terror“ und „Islam“. Einer der Teilnehmer führte ein weiteres Wort ein, welches lautete: „fremd“. Auf dieses Wort sollten wir im Verlauf der Diskussion zu sprechen kommen.

Zuvor erwähnte ich meinen ersten Gedanken beim Betrachten des Bildes: „Shahab, was zur Hölle tust du da?“

Ich berichtete über die Artikel, die ich über Shahab las. Das Aufsuchen der jeweiligen Berichte heute ist schwierig, denn die meisten sind im Internet nicht mehr auffindbar. Dennoch erörterten wir, woher der Gedanke „fremd“ kam.

Über Ahmad Sidiqi, der nach Pakistan zum kämpfen reiste, wurde geschrieben: „*Sidiqi war 16, als er 1990 mit seinem Vater, einem afghanischen Flugkapitän, und der Familie an die Elbe gekommen war. Er hatte sich dort nie wirklich zu Hause gefühlt.*“¹

Über Burak Karan, der nach Syrien flüchtete und bis heute unklar ist, was er dort tat, bzw. wie er ums Leben kam, lasen wir in einer tagesaktuellen Zeitung, dass er „nie so recht“ im Fußballerleben zurecht fand. Man schrieb ebenso über ihn: „*Mit 20 Jahren beendete er seine*

¹ <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-84162310.html>

*Karriere, offenbar, um sich ganz seiner Religion zu widmen.*² Es wird jedoch nicht darauf eingegangen, dass eine schwere Knieverletzung seine Karriere beendete.

In der TAZ heißt es sogar: *„Die Kämpfer aus Deutschland sind jung, männlich und meist ungebildet.“*³

Ähnliches schrieb man auch über Shahab. Ein junger Mann, der „fremd“ in Deutschland war, der „nie so recht“ integriert war. Auch die Signalwörter „offenbar“ und „nie wirklich“, aus den Artikeln über Sidigi und Karan, waren im Zusammenhang mit Shahab häufig zu lesen.

*„Shahab D. soll bereits als Elfjähriger aus dem Iran nach Deutschland eingereist sein. Er kam mit seinen Eltern im Zuge der dritten Flüchtlingswelle nach dem Iran-Irak-Krieg. In Hamburg soll er sich nach dem Schulbesuch in den "szenetypischen Bereichen" wie Koranschule und Moschee aufgehalten haben, wie Sicherheitsbeamte berichten.“*⁴

Wahr ist,

dass Shahab sich nach dem Schulbesuch nicht in „szenetypischen Bereichen wie Koranschule und Moschee“ aufgehalten hat, sondern bei seiner Arbeit im Call Center. An Wochenenden spielten wir Basketball und zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 schauten wir sämtliche Gruppenspiele des Iran gemeinsam vor dem Fernseher. Danach gingen wir zu McDonalds, aßen, und redeten über Frauen. Ich weiß noch wie er mir riet, mich nicht über die Online Plattform MSN mit Mädchen zu unterhalten, weil dort Missverständnisse entstehen. „Triff dich mit Mädchen“, schlug er mir vor. Seinem Rat folgten wir gemeinsam und gingen mit weiteren Freunden und Freundinnen ins Arriba-Freibad in Norderstedt. Seine damalige Freundin war auch dabei. Hin und wieder besuchten wir auch seine Basketball-Punktspiele beim VFL Pinneberg, denn er war ein leidenschaftlicher Basketballer. Ich habe Shahab demnach als ganz normalen Teenager in Erinnerung. Jedoch sah das *Hamburger Abendblatt* seine Jugendaktivitäten als ein Motiv, um einen Quervergleich zu ziehen mit den Worten: *„Bereits einmal hatte ein Terrorist unbemerkt Unterschlupf im Kreis Pinneberg gefunden. Ramzi Binalshibh, einer der Chefplaner des 11. September, lebte als Asylbewerber im Bereich des damaligen Amtes Pinneberg-Land - und wurde von der Behörde als Baumschulhelfer eingesetzt“*⁵

Nein, Shahab hat sich nicht als Terrorist unbemerkt Unterschlupf bei einem Verein gesucht. Er war nicht der klassische Schläfer, den wir aus den Medien kennen. Doch kein anderes Bild wurde mir vermittelt, als ich über seinen Verbleib recherchierte. Viele Artikel wurden Jahre später aus dem Internet entfernt. Doch was diese Artikel, was diese Recherche, mit mir machte sollte einschneidend sein.

² <http://www.welt.de/sport/fussball/article122009103/Wie-aus-dem-Nationalspieler-ein-Gotteskrieger-wurde.html>

³ <http://www.taz.de/!145951/>

⁴ <http://www.welt.de/regionales/hamburg/article4810429/Terrorist-lebte-jahrelang-in-Hamburg.html>

⁵ <http://www.abendblatt.de/region/pinneberg/article107894456/Gotteskrieger-kaempfte-fuer-den-VfL-Pinneberg.html>

Im Sommer 2007 saßen wir in unserer Wohngegend auf einer Wiese. Shahab fing an über unsere zu reden, also der Religion unserer Eltern. Sie sei falsch. Schiiten seien im Irrtum. Die Sunniten lägen richtig. Kurze Zeit später trat ich mein Erststudium an und Shahab heiratete im kleinen, familiären Kreis seine Freundin. Wir sahen uns eine lange Zeit nicht, bis zu dem Tag in der Moschee.

Es war 2008. Shahab hatte einen Bart und trug ein weißes Gewand. Er klopfte mir auf die Schulter und ich sah ihn an. Ich ließ vor Schreck meinen Koran aus den Händen fallen vor, ehe ich ihn in den Arm nahm. Er hob daraufhin lächelnd den Koran auf und gab ihn mir wieder. Er hatte sich verändert, doch von Terrorismus war keine die Spur. Im Gegenteil, Shahab und ich waren uns einig, dass dieses Thema nicht zum Islam gehört. Eines Tages merkte er an, dass man in Deutschland nicht ohne Sorgen leben kann und er in ein Land reisen möchte, wo Muslime akzeptiert werden und frei leben können. Er fragte mich, ob ich ihn verstehen könnte. Ich sagte „ja“. Bis heute bereue ich meine Antwort, denn im Nachhinein wurde mir klar, dass ich ihn und seine tatsächlichen Gedanken, überhaupt nicht verstanden hatte. Ein einfaches „Nein“ hätte wahrscheinlich genügt, um die Möglichkeit zu eröffnen, ihm zuzuhören, ihn von seinem Irrglauben abzubringen.

Shahab D. starb im Alter von 27 Jahren bei einem Drohnenangriff im Oktober 2010 in Pakistan. Dies ist zumindest die Information aus der Presse.

In der Zeit zwischen seinem Verschwinden und seinem Tod, recherchierte ich in den Medien alles zu seiner Person und stieß auf etliche Unwahrheiten. Ich stieß auf Klischees, Bilder und schwerwiegende Signalwörter. Elemente die tiefgreifende Emotionen auslösen, wenn man die Wahrheit nicht kennt. Das Bild, seiner in Laken und Blumen eingehüllten Leiche, beendete meine Recherche.

Diese Erfahrungen führen mich zu dieser Arbeit. Die *Wahrheit* hinter den Medien. In diesem Fall war ich persönlich die Quelle der Wahrheit. Ich kannte die Wahrheit hinter den Schlagzeilen um Shahabs Leben, bis zu seiner Abreise nach Pakistan.

In dieser Arbeit geht es darum, die Methoden und Manipulationsversuche der Medien anhand von Fallbeispielen zu diskutieren. Es geht darum Hinweise zu finden, die die „Wahrheit“ der Presse widersprechen. Dabei werden auch Artikel internationaler Pressestellen als Fallbeispiele genutzt. Drei Themengebiete umfassen diese Fallbeispiele, nämlich Politik, Sport und Gesellschaft. Letztlich ziehe ich ein Fazit und probiere die Leitkultur der Medien zu erörtern.



Politics - www.internationalpeaceandconflict.org

MEINUNGSBILDUNG UND MANIPULATION AUF POLITISCHER EBENE

Medienmacht in der Politik - *Spiel mit dem Zuschauer*

Quasi zeitgleich mit dem Verschwinden Shahabs im Frühjahr 2009, präsentierte ein Kommilitone im Studium in dem Vorlesungsfach *Künstlerische Gestaltung I* eine Videodokumentation. Er stellte uns die Dokumentation „*Spiel mit dem Tod*“ vor.⁶ Diese Dokumentation sollte meine Ansichten über Medien und Manipulation prägen.

Wollen Sie sich selbst von der Dokumentation mitreißen lassen, verfolgen Sie den verwiesenen Link. Andernfalls lesen Sie weiter.

In der Dokumentation begleitet ein Kamerateam den 24 jährigen Oleg auf seiner Reise nach Russland in ein altes Kasernengelände, wo sich jährlich mehrere junge, russische Männer zu geheimen Kriegsspielen treffen. Unter den jungen Männern sind auch ehemalige Soldaten und Polizisten. Es wird in einem Waldstück mit scharfer Munition geschossen. Das Ganze wird als Spiel verkleidet, bei dem die konkurrierenden Teams um eine rote Fahne kämpfen, als Sinnbild des Sieges. Es wird ausschließlich auf den Oberkörper gezielt, denn nur so kann gewährleistet werden, dass niemand stirbt. Immerhin tragen die Teilnehmer schutzsichere Westen oder Stahlplatten. Dass jemand sterben, oder ernsthaft verletzt werden kann, wird in

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=02bzgYaNoi4> – Felix Müller 2005

Kauf genommen. „*Etwas Mut gehört schon dazu*“, meint Oleg. Die Regierung weiß von den Vorfällen, unternimmt jedoch nichts. Die Kaserne sieht verwüstet aus und der „General“, der das Spielgeschehen beordert, wirkt boshaft und von seiner Wodka Flasche angetrunken. Der Zuschauer wird von der Authentizität der Bilder überzeugt.

Minute 20: Nachdem man etliche Schüsse aus dem Wald hört, kommt Yuri, ein guter Freund von Oleg, zurück zur Kaserne. Er schubst den General und greift entsetzt nach der Wodka Flasche. Er setzt sich auf den Boden und wischt sich die Tränen aus dem Gesicht. Aus dem Off hört man die Sprecherstimme sagen, dass die Lage im Wald eskalierte und zwei junge Männer bei dem Spiel ums Leben kamen. Oleg hat es nicht geschafft.

Das Bild blendet aus zu schwarz. Hätte man die Zeit angehalten, hätte man in 54 von 55 Gesichtern der Studierenden in dem Vorlesungsraum das blanke Entsetzen gesehen. Wie konnte Oleg sich bloß auf so ein Spiel einlassen? Warum treiben die Russen solche Spiele? Wie ging es weiter? Wie geht es den Familien der zwei Verstorbenen? Wird dieses Ritual weiterhin fortgeführt und toleriert? 54 fragende Gesichter erstarrten vor der Leinwand, nur ein einziges schmunzelte sieghaft, denn dieser kannte die restlichen zehn Minuten der Dokumentation.

„*Spiel mit dem Zuschauer*“, so heißt der wahre Titel dieser Dokumentation. Die Geschichte war frei erfunden.

„Genug Lügen erzählt. Niemand wurde erschossen. Es geht nicht um Waffen und schon gar nicht um Russland. Es geht um die Macht der Bilder und darum, wie leicht sie missbraucht werden kann.“



L'arrivée d'un train à La Ciotat - Gebrüder Lumi ère 1895

Klärt der Sprecher aus dem Off den Zuschauer auf.

Wir sehen die Aufnahmen der Gebrüder Lumière aus dem Jahr 1895 und werden in der Dokumentation daran erinnert, dass die Zuschauer damals panisch aus dem Café in Paris stürmten, weil sie dachten, dass ein Zug sie überfahren würde.⁷

⁷ <http://www.imdb.com/title/tt0000012/>

„Heute Lächeln wir darüber. Aber der Glaube, dass uns Bilder die Wirklichkeit neutral und objektiv zeigen, ist auch nach 100 Jahren ungebrochen.

Gleichzeitig sind die Möglichkeiten der Manipulation durch neue Produktionstechniken enorm gewachsen.“

Stellt der Sprecher den Trend des letzten Jahrhunderts fest.

„Bilder können die Wirklichkeit niemals originalgetreu zeigen. Sie sind immer etwas Künstliches und Gemachtes und von der Absicht des Filmemachers beeinflusst. Bilder können gezielt manipuliert werden, um erfundene Geschichten glaubhaft zu präsentieren, oder den Zuschauer zu beeinflussen.“

Führt er fort, um nun auf die künstlichen, gemachten Bilder rund um Oleg und sein Spiel mit dem Tod einzugehen.

„Inszenierung“ ist der erste angesprochene Standpunkt seiner Ausführung. Die Inszenierung beginnt bei der Kamera. Die Kamera zeigt uns mit seinem Ausschnitt ein Bild der Welt, die uns der Kameramann zeigen möchte. Elemente außerhalb dieses Ausschnittes, gehören nicht dazu.

„Seine Sichtweise von Welt und Menschen ist es, die wir in jeder Kameraeinstellung sehen. Daraus entsteht unser Bild der Welt. Aber manchmal ist das, was wir nicht sehen, wichtiger als das, was wir sehen. Eine kleine Änderung des Bildausschnittes bewirkt bereits eine Änderung der Bildaussage.“

Um die These des Sprechers zu untermalen schwenkt die Kamera von der Kaserne auf das gegenüberliegende Gebäude. Damit ist ein einfacher *Edeka* Markt ein neues Element in der Welt, die wir uns erschaffen haben.



Bildausschnitt - Kaserne



Bildausschnitt - Gebäude gegenüber der Kaserne

Dieser einfache Supermarkt entschärft die Situation rund um die Kaserne gewaltig. Die minimal veränderte Sichtweise des Kameramanns, verändert das Bild des Zuschauers erheblich. Er setzt auf die Assoziation des Zuschauers mit dem Gesehenen. Die verlassen Kaserne macht Angst, während der *Edeka* Markt familiär und freundlich wirkt. In welchem verlassenen Schießgebiet liegt ein Supermarkt? Und warum steht ein *Edeka* in Russland?

Schauen wir uns hierzu ein weiteres Bild⁸ an, welches mit unserer Assoziation spielt.



Was wir im Bild links sehen, ist relativ eindeutig. Ein Mann, der kurz vor seiner Hinrichtung steht. Wir sehen eine Militär- Schusswaffe, gerichtet auf einen Mann, der offensichtlich von Soldaten in Armeeklamotten festgehalten wird.

Was wir im Bild rechts sehen ist ebenso deutlich. Hier wird einem hilflosen Mann, der der Ohnmacht nahe steht, geholfen. Ein Soldat hilft ihm beim Trinken aus einer Flasche.



Wenn wir beide Bilder zusammenfügen, erkennen wir vermutlich die Wahrheit hinter dieser Situation.



Dieser Ausschnitt hat wahrscheinlich die Realbreite von zwei Armlängen. Aus diesen zwei Armlängen, nehmen wir an es sind maximal zwei Meter, kann der Verfasser zwei völlig unterschiedliche Geschichten schreiben. Mehr noch, er kann sein Bild, seine Wahrheit aus diesen zwei Metern inszenieren.

⁸ <http://1.bp.blogspot.com/-p0HVvclAIWk/TirHShKSpwl/AAAAAAAAAIY/bjAwulj3l1A/s1600/liberationfrequency2.jpg>

Dabei sind dem Inszenierenden keine Grenzen gesetzt. Er kann bestehende Objekte in seinem Bild ändern oder bearbeiten. In dem Dokumentarfilm wurden Etikette mit russischer Beschriftung ausgedruckt und auf Bierflaschen geklebt. Das Zeigen solcher Details, lässt beim Zuschauer keine Fragen offen, ob diese Menschen tatsächlich in Russland sind.



Jubelnde Palästinenser 2001 -
concernedphotography.com

Eine Frage, die sich nach den Anschlägen vom 11. September 2001 stellte, als man eine kleine Gruppe von Kindern und eine alte Dame in einem Dorf in Palästina jubeln sah, war: Wie kommen diese Kinder an, in Plastik eingehüllte, palästinensische Flaggen? Diese Frage löste eine Welle aus, die an der Echtheit der gezeigten Bilder zweifeln ließ. *Concernedphotography*

suchte in einem Bericht nach der „Wahrheit“ und stellte fest: *„Stärker noch als Worte: Bilder. Die Aufnahmen jubelnder Palästinenser flimmerten wenige Stunden nach dem Anschlag weltweit über die Bildschirme. Sie erwecken den Eindruck, die halbe Stadt wäre auf den Beinen, um den Tod Tausender Amerikaner zu feiern. So die grausame Aussage der Bilder zumindest auf den ersten Blick.“*⁹

Medienwissenschaftler Professor Martin Löffelholz wird in dem Bericht zitiert mit den Worten: *„Diese Bilder von jubelnden Palästinenserkindern, auch von einigen Erwachsenen, zeigen Einzelne, die sich offensichtlich freuen. Ob sie sich über die Anschläge freuen, weiß ich nicht. Ich vermute das, weil es uns so in der Berichterstattung gesagt worden ist, ich weiß es nicht. Der Kontext, der Entstehungskontext ist mir unklar.“*

Das Bildmaterial wurde im Nachgang im kompletten Umfang begutachtet, auch von der *Panorama*-Redakteurin Anette Krüger-Spitta. Im *Spiegel* hieß es: *„Die fertig geschnittenen Nachrichten-Filme in der vergangenen Woche hatten den Eindruck erweckt, da feierten viele Menschen auf der Straße. Es waren keine Total-Aufnahmen dabei, die die ganze Straße zeigten, sondern immer nur kleine Gruppen von Menschen. Auf dem gelieferten Material waren allerdings sehr wohl Totalen - sie zeigten deutlich, dass nur eine Handvoll Palästinenser jubelten, viele andere gingen einfach unbeteiligt vorbei.“* Die Frau mit dem Kopftuch hat später gesagt, sie habe in die Kamera gejubelt, weil man ihr Kuchen versprochen hat“, so Krüger-Spitta. Die Palästinenserin habe erklärt, sie sei entsetzt

⁹ <http://www.concernedphotography.com/galerie/kein-krieg/hintergrund/index-manipulation-9-11-0004.html>

gewesen, als sie sah, in welchem Kontext ihr Jubel gezeigt wurde. Sie verabscheue die Taten in New York und Washington.“¹⁰

Laut *Concernedphotography* habe eine Bildagentur aus Jerusalem, das Material direkt in die „Zentrale“ nach London versendet. Von London aus wurde es in sämtliche Nachrichtenagenturen der Welt per Satellit verteilt, auch nach Deutschland. *„Hier laufen Bilder aus aller Welt auf, Bilder, die starke Gefühle hervorrufen, aber nicht unbedingt Abbild der Wirklichkeit sind.“*, heißt das Fazit aus dem Bericht.



Frau und der versprochene Kuchen -
spiegel.de

Bis zu meiner Recherche für diese Arbeit hatte ich nie gewusst, was wirklich hinter den jubelnden Palästinensern steckte. Ich zweifelte, wie wahrscheinlich viele Andere lediglich daran, dass man auf den Straßen Jerusalems plötzlich frisch verpackte palästinensische Flaggen besitzt. 14 Jahre lang steckte ich in dem Glauben, dass es möglicherweise tatsächlich solch grausames Gedankengut in Palästina gibt.

Eine Inszenierung, welche die ganze Welt prägte, für ein Stück Kuchen.

Der nächste Standpunkt der Dokumentation „Spiel mit dem Tod/Zuschauer“, ist die Kameraführung. Es wurde bewusst eine Schulterkamera gewählt, um die Dramatik und den Ernst der Situation bildlich zu verstärken. Denn die Aufnahmen sind leicht verwackelt, wie in Nachrichtensendungen und Magazinen. Verwackelte Aufnahmen verbinden wir mit Spannung und Authentizität. Aufnahmen die spontan geschehen mussten. Ruhige Aufnahmen von Stativen oder Dolly's, stehen für Inszenierungen und berechnete Situationen.

„Denn wir haben gelernt, diese Bilder ernst zu nehmen. Alleine mit der Aufnahmetechnik, lässt sich so der Eindruck einer seriösen Berichterstattung schaffen, ganz gleich wie absurd das Thema ist.“

Heißt es in der Dokumentation, während die verwackelten Bilder den jungen „Russen“ zeigen, der sich eine Stahlplatte um den Oberkörper binden lässt, die als kugelsichere Schutzweste dienen soll.

¹⁰ <http://www.spiegel.de/politik/ausland/die-macht-der-tv-bilder-was-ist-die-wahrheit-a-158625.html>

Der für meine Arbeit bedeutendste Standpunkt der Dokumentation, ist das Spiel mit dem Klischee. Jedes betrachtete Bild, jeder gelesene Artikel, jedes gesehene Videomaterial, wird mit einer gewissen Erwartungshaltung vom Zuseher angegangen. Dabei spielt es eine erhebliche Rolle, welches Klischee beim Konsumenten vorherrscht.

„Bilder greifen bewusst Vorurteile auf, um mit gesellschaftlichen Klischees zu spielen.

Unsere Vorurteile werden dadurch bestätigt und unsere Erwartungshaltung befriedigt. Waffen, Wodka und heruntergekommene Hinterhöfe erhöhen in unserem Film die Glaubwürdigkeit. Das vermeintlich vertraute Russland hat mit der

Wirklichkeit nichts zu tun. Wir haben kein

einziges Bild in Russland gedreht und trotzdem eine russische Geschichte erzählt.“



Klischeeerfüllende Bilder - Spiel mit dem Tod

Angenommen, man würde die Geschichte auf das Land Frankreich projizieren, dann würde dieses Bild nicht der Erwartungshaltung, für den gesellschaftlich eher pazifistisch geprägten Franzosen entsprechen. Der Zuschauer würde nicht zustimmen. Ein Buddhist, der ein Selbstmordanschlag verübt, ein Christ der seine Frau unterdrückt, oder ein Moslem, der zur Völkerverständigung aufruft, all diese Bilder passen nicht in das Muster unserer von Medien, oder auch aus eigener Erfahrung, geprägten Ansichten.

Der Ausdruck ‚terroristischer Anschlag‘ ist ebenso mit einer Erwartungshaltung verbunden. Nach jeder Katastrophe stellt sich zeitnah erst einmal die Frage, ob radikale Muslime dahinter stehen. Dieser Ansicht ist jedenfalls die Radiosendung *KenFM*, eine von Ken Jepsen produzierte „*progressive Aktionsradioshow*“. Seitdem diese Sendung 2011 vom RBB getrennt wurde ist sie eine komplett unabhängige Internet-Radiosendung. „*Freie Medien für freie Menschen*“ ist der selbsternannte Wahlspruch der Sendung, die rein von Spendengeldern finanziert wird. Nicht selten gibt es gesellschafts- und medienkritische Beiträge, die auf Plattformen, wie YouTube, publiziert werden.¹¹ Ken Jepsen behauptet von sich, sehr provozierend sein zu können. Seine Beiträge stellen viele Klischees auf den Kopf. Seine Aufklärungsversuche über die Methoden der Massenmedien werfen jedoch viele Fragen auf.

¹¹ <https://www.youtube.com/user/wwwKenFMde>

In seinem Beitrag *„Terror lebt vom Timing“*, stellt er unangenehme Fragen und Aussagen zum Anschlag auf die Redaktion der Satirezeitschrift, *Charlie Hebdo*, vom 07. Januar 2015. Wir befassen uns hierbei hauptsächlich mit den Aussagen, die sich auf das Klischeespiel beziehen:¹²

„Terror lebt vom Timing. Inszenierter Terror erst recht. Wer in Paris zwölf Menschen in der Redaktion der Satire-Zeitschrift „Charlie Hebdo“ kaltblütig erschossen hat, wissen wir nicht wirklich. Alles, was wir von Massenmedien spontan vermittelt bekommen, ist, dass wohl klar ist, wer es gewesen sein müsste: Radikale Muslime. In den ersten Minuten will die Polizei bereits die Identität von zwei der Männer geklärt haben. Zwei Brüder aus Algerien mit Französischen Pässen. Einer der beiden soll 2008 schon mal vor Gericht gestanden haben. Das schreibt zumindest der „Focus“, und verweist dabei auf die „Welt“. Folgt man dem Link, stellt sich heraus, dass es sich lediglich um einen Twitter-Eintrag auf dem privaten Profil eines Welt-Journalisten handelt, der wiederum keinerlei Quellen angibt. So wird aus einem simplen Tweet ein als Quelle dienender Beitrag der „Welt“, auf den sich der Focus bezieht. Aber diese Form journalistischer Fahrlässigkeit ist nicht so wichtig. Wichtig ist, dass es sich in Paris um muslimische Attentäter handeln soll. Das passt. Schließlich sollen die bewaffneten und verummten Männer während ihrer Tat den Satz ausgerufen haben: „Wir haben den Propheten gerächt“. In perfektem Französisch. Zudem wurde die Redaktion eines Satiremagazins überfallen, das schon in der Vergangenheit mehrfach mit seinen Beiträgen über den Islam und dessen Propheten Mohammed Muslime provoziert hatte. Aus diesem Grund stand die Redaktion in Paris auch während des Anschlages unter Polizeischutz. Der war wohl nicht ausreichend. Zwei Polizisten starben im Kugelhagel, zehn Redakteure des Magazins wurden quasi hingerichtet. Was auffällt ist, dass auch dieses Verbrechen schon geklärt zu sein scheint, bevor die Ermittler eine SoKo zusammenstellen konnten. Es müssen Moslems gewesen sein. Genau wie am 11. September 2001. New York wie Paris wurden nach eigenen Angaben völlig überrascht, und dennoch ist in beiden Fällen immer schon Minuten nach den Anschlägen glasklar, in welchem Milieu die Täter zu finden sein müssen. Ähnlich wie bei 9/11 hatte die Polizei wieder echtes Glück. Einer der Attentäter verlor seinen Ausweis! Diesmal im Fluchtwagen! Wer nimmt seinen Personalausweis mit wenn er plant Menschen im grossen Stil zu erschießen? Nur Radikale Moslems. Leute wie Satam Al-Sukami. Sein Ausweis segelte am 11. September 2001 völlig unbeschädigt auf den Boden von New York City, 100 Meter nördlich der Zwillingstürme und damit gegen die Flugrichtung von Flug

¹² <https://youtu.be/O1dzGIzWksg>

11. Sein Ausweis hatte die Kollision mit WTC I überlebt, war der Explosion der Maschine entkommen und wurde nicht unter den Trümmern begraben. Das Alles sind Informationen, die uns die Massenmedien bis heute als harte Fakten verkaufen. Schuldig bei Verdacht. Damit kann man mit Sicherheit die Emotionen der Massen deckeln und enormen Druck auf die ermittelnden Behörden absenken, aber der Wahrheit tut man damit keinen Gefallen.“

Jebsens in Fragen verhüllten Vorwürfe, wiegen enorm schwer. Die Gangart der Medien, wie sie mit Klischees spielen, trifft er jedoch genau. Die komplette Wahrheit hinter den Anschlägen auf Paris, sowie New York wird man wohl nie erfahren, zumindest nicht aus der Sicht der mutmaßlichen Drahtzieher, denn sie sind alle tot, genauso wie die unschuldigen Opfer.

Nichtsdestotrotz herrscht eine gewisse Haltung bei solchen Schlagzeilen vor: Ist die Rede von einem terroristischem Anschlag, so wird zunächst ein Moslem als Täter verdächtigt. Wird ein Brandanschlag auf ein Flüchtlingsheim verübt, so wird als erstes ein rechtsradikaler Hintergrund vermutet.

Dies sind die ersten Gedanken. Die Bestätigung folgt aus der Presse.

Die Dokumentation von Felix Müller und den Kriegsspielern aus Russland setzt sich mit den Punkten Schauspielerei, Montage (Schnitt) und Nachbearbeitung fort, um auf die perfekte Lügengeschichte zu fertig zu stellen. Letzterer Punkt wird in dem nächsten Fallbeispiel thematisiert.

Um die perfekte Lügengeschichte fertig zu stellen, führt die Dokumentation von Felix Müller mit den Standpunkten Schauspieler, Montage (Videoschnitt) und Nachbearbeitung fort.

Letzter Punkt wird im nächsten Fallbeispiel thematisiert.

The Daily Mirror - *The „VILE“*

Ähnlich reißerisch wie die spanische Zeitung *Marca* (Mit dem sich diese Arbeit insbesondere in der Sportebene befasst), erweist sich in England des Öfteren die britische Tageszeitung *The Daily Mirror*, wie man am folgenden Fallbeispiel erkennen kann.

The Daily Mirror ist in England Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden und gilt heute als multimediale Tageszeitung im Boulevardstil. Verlegt wird sie vom britischen Medienkonzern *Trinity Mirror*, dessen Unternehmensgewinn im Jahre 2010 bei geschätzten 113 Millionen britischen Pfund und ihr Umsatz bei knapp 672 Millionen lag.¹³ Insgesamt beschäftigt *Trinity Mirror*, der u.a. auch *The Sunday Mirror* und *The People* verlegt, fast 6500 Menschen.¹⁴

Die Zahlen sprechen für sich: *The Daily Mirror* genießt eine enorme Resonanz im britischen Raum. Und das, trotz mehrfacher geschmackloser Eskapaden und rufschädigender Falschmeldungen, in den vergangenen Jahrzehnten. Im Folgenden wird eines ihrer bisweilen größten Fauxpas, aus außenpolitischer Sicht, näher beleuchtet. Der Rahmen dieser Schlagzeile ist der internationale Einsatz im Irak.



The Daily Mirror Auflage vom 01.Mai 2004

Im Frühjahr 2004 erlaubte sich das Blatt, rund um Chefredakteur Piers Morgan, ein gefälschtes Foto zu veröffentlichen, welches britische Soldaten bei der angeblichen Misshandlung eines irakischen Häftlings zeigte.¹⁵ Laut dem dazugehörigen Bericht sei der irakische Mann, ein mutmaßlicher Dieb, 8 Stunden lang von britischen Soldaten festgenommen, misshandelt und schwerverletzt ausgesetzt worden.

Das Titelblatt zeigt schemenhaft einen stehenden Soldaten, der auf einem liegenden, gefesselten und mit einem Sack über den Kopf gestülpten Mann uriniert,

¹³ Geschäftsbericht Trinity Mirror 2010, Trinity Mirror

¹⁴ trinitymirror.com/our-company

¹⁵ Daily Mirror Ausgabe, 05/2004, Piers Morgan

während ein weiterer Mensch es augenscheinlich abfotografiert. Auf dem Bild in großen Buchstaben gedruckt das Wort „VILE“, übersetzt „Abscheulich“.

Bilder und Titel sprechen auf eine ausdrucksvolle Art für sich. Selbst die Redaktion des *Spiegel Online* berichtete kurze Zeit darauf über diesen Fall, mit dem Verweis auf die Samstagausgabe der Zeitschrift aus London.¹⁶

Obligatorisch, dass dieser Bericht umgehend auf seine Richtigkeit geprüft werden musste und zwar von keinem geringeren Institut, als dem britischen Verteidigungsministerium. Der Bericht stelle nicht nur das Ministerium in ein äußerst schlechtes Licht, sondern er bringe auch die britischen Soldaten, die sich vor Ort im Einsatz befinden, in Gefahr.

Nach tagelangen Untersuchungen erwiesen sich die Bilder tatsächlich als Fälschung und der dazugehörige Bericht als rein erfunden. Adam Ingram, seines Zeichens Kommandeur des *Queen's Lancaster Regiment*, der die Schlagzeile ausgerechnet an seinem 53. Geburtstag vernehmen durfte, nahm kein Blatt vor dem Mund und bezeichnete die Fotos als „völligen Blödsinn“.¹⁷ Sie wurden nachweislich nie auf irakischem Boden aufgenommen.

Doch selbst nach der Enthüllung bekräftigte Morgan in einer Erklärung, dass die Aufnahmen echt seien.¹⁸ Nur kurze Zeit später zweifelte er in einem *Guardian* Artikel an der Echtheit der Bilder und distanzierte sich mit der Aussage „Ist die Authentizität wirklich die wichtigste Frage?“. Rückendeckung erhielt er durch den Vorstandschef des Trinity Mirror Verlags, Sir Victor Bank, der Tage nach der Enthüllung betonte, dass Morgan sich nichts zu Schulden kommen ließ.¹⁹

Am 14. Mai, 2 Wochen nach der Veröffentlichung der dubiosen *Daily Mirror* Auflage, wurde Piers Morgan entlassen.

-

Medien haben Macht. Sie haben die Macht, mit einem Gerücht, einem Klischee zu „spielen“ und eine Geschichte daraus zu erschaffen, die dem Konsumenten zweifelsfrei als die Wahrheit verkauft wird. Die Auflage vom 01. Mai 2004 verkaufte sich zwar grandios, jedoch war es für das Boulevard-Blatt der vorerst letzte verbuchte Erfolg. Dem *Audit Bureau of*

¹⁶ <http://www.spiegel.de/politik/ausland/gefangene-im-irak-auch-die-briten-haben-gefoltert-a-297966.html>

¹⁷ <http://www.rp-online.de/politik/ausland/daily-mirror-druckte-gefaelschte-folterbilder-ab-aid-1.2278344>

¹⁸ <http://www.news.at/a/daily-mirror-folter-bilder-chefredakteur-81736>

¹⁹ <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/>

*Circulations*²⁰ UK, dem unabhängigen britischen Institut zur Prüfung von Daten und Auflagen, nach war es jedenfalls der Anfang einer tiefen Depression des Daily Mirror. Während das Blatt Ende der 90er die zweitmeisten Auflagen mit rund 2,5 Millionen Exemplaren produzierte, rutschte man in den 2000ern auf den dritten Platz, nach *The Sun* und *The Daily Mail*, ab. Insbesondere 2004, in dem Jahr der Falschmeldung, produzierte man erstmals wieder unter 2 Millionen Auflagen. 2009 waren es nur noch 1,3 Millionen. Letztes Jahr war es der wohl tiefste Punkt der Flaute, mit nur 990.256 produzierten Exemplaren.

Das Alles nur, weil man unsauber recherchiert hat? Oder hat man es etwa in Kauf genommen ein täuschendes Bild in die Welt zu setzen, mit der Hoffnung es würde nicht weiter auffallen?

Im Interesse der *Daily Mail* Geschäftsführer konnte dieses kalkulierte Risiko definitiv nicht sein, weswegen sich das Augenmerk in diesem Zusammenhang schließlich auf Chefredakteur Piers Morgan richtet. Immerhin nahm seine berufliche Karriere nach dieser Posse eine interessante Wendung.

Morgan fungierte nach seiner Kündigung fortan als TV-Star. 2006 bis 2011 übernahm er die Rolle in diversen amerikanischen und britischen Talent-Formaten als Jury-Mitglied. Januar 2011 erhielt er schlussendlich seine eigene Talk-Sendung „*Piers Morgan Tonight*“, die keinen geringeren Sendeplatz beerbte, als die von „*Larry King Live*“ auf CNN.²¹

Bleibt in unserer Betrachtung des Geschehens, nämlich dem Herausfiltern der gewählten Methoden, die Vorgehensweise Morgans, als Schöpfer dieser Schlagzeile, zu deklarieren.

Dass Morgan einen Hang zum Geschehen in der US-Amerikanischen Nachrichten- und Pressewelt hatte, bewies er nicht nur nach seiner *Mirror*-Karriere, hinlänglich durch seinen Auftritten und seinem Sendeplatz im Fernsehen. Denn auch vor seiner TV-Karriere, zeigte sich der damalige Chefredakteur, als beachtlicher USA Nacheiferer und bediente sich an einem ganz bewusst gewählten Thema der Amerikaner, mit internationalem Interesse. Denn Skandale und Foltereskapaden wie diese, waren zu der Zeit nicht ungewöhnlich im Irak. Die Weltpressen zeigten uns zuvor anhand des Folterberichtes rund um *Abu Ghuraib*, wie mit Häftlingen in Gefängnissen umgegangen wurde.²²

²⁰ <http://www.abc.org.uk/>

²¹ <http://piersmorgan.blogs.cnn.com/>

²² <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/41786>



Aufnahme aus Abu Ghuraib - assets.nydailynews.com

Das wohl bekannteste Bild aus dem Bericht ist von dem Gefangenen *Satar Jabar*, an dem stromführende Drähte befestigt wurden, mit der Drohung man würde ihn mit Elektroschocks hinrichten, sollte er von der Kiste fallen. Die Enthüllungen um Abu Ghuraib kamen im Frühjahr 2004 in der Öffentlichkeit zum Vorschein.

Misshandlungen in Kriegsgebieten waren zu der Zeit durchaus ein Thema und sind nachweislich wirklich passiert. Darin bestand kein Zweifel. Die Weltbevölkerung war sich dem also bewusst und würde jeden weiteren Skandal, ob wahr oder gelogen, in erster Hinsicht für glaubwürdig befinden. Diesem Missstand behalf sich Morgan,

indem er, so formulierte es die *Berliner Zeitung*, den Folterskandal „von Amerika nach London“ geholt hat. Er hätte über viele andere skandalöse „halbwahre“ Geschichten berichten können, wie zum Beispiel Tiermisshandlungen im Zoo, entschied sich jedoch an diesem Montagmorgen für die zeitgemäßere, und vor allem profitablere Schlagzeile.

„Schlagzeile“ ist das nächste Stichwort, denn der Titel, der bewusst provokant formuliert wurde, ist ein weiteres Exempel zur Meinungsbildung.

„VILE“

Vier Buchstaben die kurz und prägnant, natürlich auch auf Grund ihrer Bedeutung ins Auge stoßen, selbst beim raschen Vorbeigehen an dem Zeitungskiosk, in der schnelllebigen Londoner U-Bahn. Dieses Wort prägt, noch bevor man den Artikel dazu gelesen und verinnerlicht hat. Es urteilt. Und gerade durch dieses Urteil, stellt sich kaum noch die Frage, nach der Richtigkeit des Inhaltes. Es ist „abscheulich“, was auf diesem Bild zu sehen ist. Dass dieses Bild vor allem auf Grund seiner Qualität nicht eher aus einem Fotostudio kommt, fällt den meisten Lesern vorerst nicht auf. Denn vergleicht man die Bilder aus dem US-Skandal in Abu Ghuraib, so gleichen die aus dem *Daily Mirror* doch eher einem Hochglanzmagazin. Viele dunkle Bereiche sind zu sehen, doch gar kein Bildrauschen, wie auf Satar Jabars Gewand.

Der viel observativere, gewissenhaftere Titel des *Daily Mirror* vom Frühjahr 2004, sollte eher lauten: „Welcher Soldat bringt seine Canon 5D mit zu einer Misshandlung im irakischen

Gefängnis?“

Die Qualität der Bilder wurde auch von den Angehörigen, der sich im Irak befindenden Soldaten, angezweifelt. Ebenso wurde Premierminister Tony Blair skeptisch.²³ Kurze Zeit darauf meldete sich auch Piers Morgan zu Wort mit der Aussage, dass die Bilder mehr eine „*akkurate Präsentation eines Ereignisses*“ sein könnten und untermalte seine These, sinngemäß mit den Worten: „*Alles was ich sagen will ist, dass wir die Wahrheit veröffentlicht haben.*“²⁴

„...*but this time it's a BRITISH soldier degrading an Iraqi*“

Im Untertitel der Schlagzeile, also letztlich die Wörter, die man direkt liest, nachdem man vom Titel „*VILE*“ elektrisiert wurde, deutet auf die Aktualität des Themas hin und ist ein deutlicher Fingerzeig in Richtung der Schuldigen. Es klärt sowohl die Frage, ob es wieder um die Amerikaner geht oder es ein neuer Fall ist, als auch, wer dieses Mal Auslöser des Skandals ist, nämlich „Wir die Briten“. Die Wirkung von Großbuchstaben ist zwar in seiner Methode sehr klassisch, erzielt aber durchaus seinen Effekt. Lässt man nur die Großbuchstaben stehen, erhält man, außer dem Namen der Zeitschrift, die Wörter: *World Exclusive, Vile, British.*

Bleibt jedem selbst auszumalen, wie sehr es die Ehre des Briten verletzt, welcher ein sehr feines Gespür für sein Königreich besitzt. Alleine beim Betrachten des Titelblattes, müsste der Brite diesen gemachten Skandal entschlossen Verurteilen. Das prüfende, hinterfragende Auge des Lesers wurde jedoch gekonnt verblendet, genauso wie das eigene Auge beim Erstellen solcher reißerischen Artikel.

Morgan setzte in „*The Vile*“ fachmännisch auf die Macht der Bilder und Signalwörter. Er scheiterte jedoch an der fachmännischen Resonanz seines Titelblattes.

²³ <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/die-bilder--auf-denen-britische-soldaten-auf-einen-irakischen-gefangenen-urinieren--sind-gefaelscht--nicht-im-irak-gemacht-,10810590,10176502.html>

²⁴ <http://www.theguardian.com/media/2004/may/15/mirror.politicsandthemedia>

MEINUNGSBILDUNG UND MANIPULATION IM SPORTGESCHÄFT

Medienmacht im Sport - *Von der Presse zerfleischt*

Mit 4:0 besiegte die deutsche Nationalmannschaft am 13. Juni 2010, bei ihrem ersten Vorrundenspiel der WM in Südafrika, den Gegner aus Australien. Die ganze Welt schaute zuvor gebannt auf die deutsche Startaufstellung, um verwundert festzustellen, dass ein „Nobody“ in der Startelf der Deutschen stand. Aus der Bundesliga als aufstrebendes Juwel bestens bekannt, legte der damals erst 20 jährige Thomas Müller nicht nur das 1:0 durch Lukas Podolski auf, sondern schoss selbst in unnachahmlicher Manier das 3:0, bei seiner allerersten WM-Partie. Er avancierte zum „Man-of-the-Match“ und kam nicht um einen Presse-Hype herum. In der folgenden Pressekonferenz musste er demnach den Reportern Rede und Antwort stehen. Selbstverständlich sind talentreiche Spieler wie er, seitens ihrer Vereine mediengeschult, doch Thomas Müller legte gleich von Beginn an seine ehrliche, authentische Art offen. Es kam die Frage auf, wie er mit der Euphorie um seine Person, sprich mit der Aufmerksamkeit und der positiven Rückmeldung aus der Presse umginge. Seine saloppe, ernüchternde Antwort war, dass er sehr wohl wisse, wie die Presse an guten Tagen über jemanden schreibt, denn wenn man mal schlecht spielt und verliert, werde man von der Presse genauso schnell wieder „zerfleischt“.²⁵

Ein treffenderes Wort hätte Müller in diesem Zusammenhang nicht finden können, denn tatsächlich sind Sport-Journalisten nicht immer an wahrheitsgemäße und gerechtfertigte Meldungen aus der Sportwelt interessiert, sondern vielmehr an Sensationen und Schlagzeilen.

²⁵ <http://www.tz.de/sport/fussball/mueller-dann-werden-zerfleischt-805226.html>

Dabei reicht eine Schwächephase des Sportlers bzw. des Vereines, um von der Presse diffamiert zu werden.

Bedenkt man, dass Fußball-Weltstar Lionel Messi, weniger als die Hälfte seines Jahresgehaltes tatsächlich für das Fußballspielen vom FC Barcelona bezieht, weiß man, wie wichtig die Außendarstellung der Profis in der Presse ist. Sein geschätztes Jahreseinkommen 2014 lag bei knapp 46 Millionen Euro. 20 Millionen davon, bekommt er für das Fußballspielen vom FC Barcelona. Knapp 26 Millionen Euro verdient Messi dementsprechend mit Werbeeinnahmen. Bekannteste Marken in dem Fall sind *Pepsi* und *Adidas*. Natürlich könnte man meinen, dass Messi eben auch ein begnadeter Fußballer und darum marketingtechnisch begehrt ist. Vergleicht man aber unscheinbare, medial scheue



Bilderergebnisse Zlatan Ibrahimovic - google.de

Spieler, wie den deutschen Miroslav Klose und den extrovertierten, medial präsenteren Spieler, wie den Schweden Zlatan Ibrahimovic, wird deutlich, dass die mediale Aufmerksamkeit auch tatsächlich Einfluss auf die Jahresgehälter der Spieler hat. Höchster Marktwert von Klose betrug laut *transfermarkt.de* 30 Millionen Euro²⁶. Zlatan Ibrahimovic

hingegen wurde einst im Tausch mit Samuel Eto'o und einer Ablösesumme von 70 Millionen Euro erworben.²⁷ Sportlich betrachtet, spielen beide dieselbe Position und können auch in ihren Erfolgen kaum Unterschiede aufweisen. Wenn man allerdings den besseren Stürmer ausmachen müsste, würde man Klose den Vorzug geben, auf Grund seiner zahlreichen Tore auf Weltmeisterschaftsturnieren. Ibrahimovic taucht in diesen Statistiken kaum auf. Gibt man jedoch deren Namen in die



Bilderergebnisse Miroslav Klose - google.de

²⁶ <http://www.transfermarkt.de/miroslav-klose/profil/spieler/10>

²⁷ <http://www.transfermarkt.de/zlatan-ibrahimovic/profil/spieler/3455>

Google Suchmaschine unter Bildern ein, erkennt man, dass Ibrahimovic mehr öffentliche Aufmerksamkeit genießt als Klose und seinen Namen zur Marke gemacht hat.

Medien haben Macht im Sport. Selbst Entlassungen, aus medienbezogenen Gründen, sind keine Seltenheit. Im November 2014 erfuhr die *SPORT1* Redaktion, wie ich selbst arbeitstechnisch mitbekommen habe, dass der TV-Experte und damalige Trainer Peter Neururer nicht mehr als Experte in unserer *Bitburger Fantalk* Sendung auftreten darf. Sein Arbeitgeber vom VFL Bochum wollte dieses nicht. Es hieß, dass dem Bochum Hauptsponsor „Booster“, einen Energy-Drink, es nicht passe, dass der Trainer ihres Vereines in einer Sendung vom Getränkekonkurrenten, „Bitburger“ teilnahm. In der Folge sagte Neururer *SPORT1* vorerst sämtliche Termine ab. Im Vorfeld der *Bitburger Fantalk* Sendung vom 09.12.2014 fehlte bedauerlicherweise ein Gast für die Talkrunde, sodass wieder bei Neururer angefragt wurde. Überraschenderweise sagte er *SPORT1* spontan zu. Am Sendetag erfuhr man aus Bochum, dass Peter Neururer entlassen worden ist. Die Medien stritten sich darum den Grund heraus zu finden, denn das letzte Spiel am Wochenende zuvor wurde nicht verloren. „Nicht mit rein sportlichen Gründen erklärte Hochstätter nun die sofortige Trennung von Neururer, sondern mit vereinsschädigendem Verhalten.“, hieß es seitens Sportvorstandschef Christian Hochstätter im *Kicker*.²⁸ Für *SPORT1* und der *Bitburger-Fantalk* Redaktion war klar, was es mit „vereinsschädigendem Verhalten“ auf sich hatte. Dass Medien und Sponsoren für Entlassungen sorgen können, lässt darauf schließen, wie viel Macht Medien im Sport haben.

Fallbeispiele finden sich zu Genüge auf nationaler wie internationaler Ebene. Folgende Fallbeispiele in dieser Arbeit beziehen sich, auf Grund ihrer enormen Nachfrage und Resonanz, auf den Fußball-Sport und gehen auf die Pressen der größten Fußballländer Spanien, England und Deutschland ein.

²⁸ http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/startseite/617090/artikel_entlassener-neururer_dazu-stehe-ich-auch.html

El Clasico - *Profit aus Rivalität*

Jeder sportbegeisterte Mensch weiß bei diesem Begriff unmittelbar, um welchen „Klassiker“ es sich handelt. Nämlich dem *El Clasico*, aus der spanischen Profiligena, zwischen dem FC Barcelona und Real Madrid. Wenn es um Zuschauerzahlen, Vereinsmitglieder und Erfolge geht, stehen diese beiden Mannschaften in Spanien, mit großem Abstand zu ihren nationalen Konkurrenten, auf den ersten beiden Plätzen. Mit wenigen Ausnahmen wird kaum eine andere spanische Mannschaft Meister der *Primera División*. Auch auf europäischer Ebene genießen sie ihren verdienten Status. Geht es nämlich nach der so genannten *5-Jahres-Wertung* der UEFA, belegen die beiden spanischen Clubs die beiden ersten Plätze. Damit darf der spanische Fußballverband die meisten Teilnehmerplätze für die große Bühne der *UEFA Champions League* in Anspruch nehmen.²⁹

Nun könnte man meinen, dass in vielen anderen großen Fußball Nationen, wie in England, Deutschland oder Italien, eine ähnliche Konstellation herrschen könnte, auf Grund von zwei sich rivalisierenden und erfolgreichen Mannschaften. Doch was sich in Spanien beim *El Clasico* abspielt, distanziert sich stark von den anderen Ligen. Nimmt man allein die TV-Zuschauer Zahlen weltweit, kommt man auf ca. 90 Millionen Zuschauer pro Partie. Im November 2010 erreichte eine Begegnung aus dem normalen Ligabetrieb sogar 400 Millionen Menschen. Das Saisonfinale 2009 wurde in über 200 Länder übertragen.³⁰ Vergleicht man es mit dem Champions League Finale 2013, zwischen dem FC Bayern und Borussia Dortmund, kommt man auf runde 360 Millionen Zuschauer.³¹ Dabei handelte es sich immerhin um das größte sportliche Ereignis des Jahres in Europa.

Für meine Arbeit gilt es nun zu erkunden, was diese enorme mediale Reichweite und der damit verbundene Profit, ausmacht. Welche Mittel werden verwendet, die Massen von diesem Spiel zu begeistern und welche Rolle spielt hierbei tatsächlich die Rivalität, bzw. der politische Hintergrund? Wer ist involviert?

²⁹ <http://de.uefa.com/memberassociations/uefarankings/club/>

³⁰ <http://www.goal.com/de>

³¹ bvb.de / zdf.de

Um den *El Clasico* letztlich zu verstehen, muss man das Augenmerk zunächst auf die politische Historie Spaniens richten, ehe man sich der Entstehung beider Mannschaften widmet und daraus resultierend, die Bedeutung dieses Spiels.

Um den politischen Hintergrund (aus Kapazitätsgründen) abzukürzen, zitiere ich zwei Bekannte, die lange Jahre in Barcelona lebten. Mein guter Freund Jendrik Hans (31) beschrieb den Nationalstolz der Katalanen nach 3-jährigem Aufenthalt in Barcelona wie folgt:

„Durch Unterdrückung hervorgerufenes Nationalbewusstsein gepaart mit Rebellion gegen die, die auf Seiten Francos standen (Madrid). Traditionen und Werte stehen an erster Stelle. Meiner Meinung nach ist der katalanische Nationalstolz mittlerweile zu ausgereift. Dennoch ist es auch schön wenn Menschen zu Ihren Wurzeln stehen können.“

Anika Andresen (30), die insgesamt 4 Jahre ihres Lebens in Barcelona verbrachte meint:

„Während meines Lebens in Barcelona habe ich viele unterschiedliche Katalanen kennenlernen dürfen, mit den unterschiedlichsten politischen Meinungen. Was all diese Menschen gemeinsam hatten, war ihre Ansicht über "Madrid", was repräsentativ für ganz Spanien steht. Katalonien sei nicht "Spanien". Katalanen wünschen sich Unabhängigkeit. Dieses politische Thema war stets mit vielen Emotionen belegt.“

Kein Wunder, dass die beliebteste Sportart der Erde, eine weitere Bühne bildet, um die politische Rivalität der beiden Provinzen ausleben zu lassen. Ebenso verschieden, wie die Historie der beiden Städte, ist auch die Art und Weise der Führung der Fußballvereine. Während Real Madrid ein reiner Käufer-Verein ist und kaum Talente aus der eigenen Jugend fördert, um sie in die Profi-Mannschaft zu ziehen, steht Barcelona eben für Jenes. Die Ausbildungsstätte *La Masia* im Südwesten Barcelonas ist weltweit das größte Internat, wo heutige Fußballstars wie Lionel Messi, Xavi Hernandez und Andres Iniesta ihre Wurzeln haben. Real Madrid hingegen bietet enorme Rekordsummen auf bereits gefestigte und bewiesene Weltstars, die ihren Zenit in der spanischen Hauptstadt finden sollen. In der Saison 2009/2010, bekannte sich Real's Clubpräsident Florentino Pérez, öffentlich zu dem Statement, jeweils den besten Spieler aus allen großen Ligen haben zu wollen. So fanden Karim Benzema (Ligue 1, Frankreich), Ricardo Kaka (Serie A, Italien) und Cristiano Ronaldo (Premier League, England) ihre Wege nach Madrid. Letzterer kostete den Madrilenen die

Rekordsumme von knapp 94 Millionen Euro.³² Einzig Frank Ribery entschied sich damals bei den Bayern in der Bundesliga zu bleiben.

Auch Barcelona kauft des Öfteren auf dem Transfermarkt ein, doch steht der Verein vielmehr zu seiner katalanischen Identität. Frenetisch umjubelt wurde zum Beispiel im Jahr 2012 ein Ligaspiel gegen den Ligakonkurrenten Levante, in dem erstmals alle elf Spieler, die auf dem Rasen standen, einst aus dem Jugendbetrieb der *La Masia* stammten.³³

Das Potential für kernige Derby's ist gegeben und auch eine gewisse Emotionalität bei den Zuschauern, auf Grund gesellschaftlicher Hintergründe, herrscht vor. Wenn man sich die Spiele letzten Endes anschaut, wird man nicht enttäuscht.

Rudelbildungen und Platzverweise gehören genauso zur Tagesordnung, wie großartiger Fußball und Tore. Jede rote Karte und Kuriosität im Einzelnen aufzuzählen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Dennoch seien folgende Beispiele zu erwähnen, um die Brisanz des *El Clasicos* zu verdeutlichen.

Beim *Supercup* Finale vom 17. August 2011 im *Camp Nou* Stadion, welches 3:2 für Barcelona endete, ließ sich Madrids Marcelo in der Nachspielzeit zu einem rüden Foul, direkt vor den Auswechselflächen hinreißen. In der Folge entstand eine Rudelbildung zwischen



El Clasico - 17.08.2011

beiden Parteien, wobei nach minutenlanger Unterbrechung neben besagtem Marcelo auch David Villa und der deutsche Nationalspieler Mesut Özil die rote Karte sahen. Auch Madrids Trainer Jose Mourinho beteiligte sich in das Geschehen, mit einem Hieb in das Gesicht des Co-

Trainers Tito Villanova vom FC Barcelona. Die Folge waren zwei Spiele Zwangspause für den Coach der Madrilenen. Ein prägendes Bild aus dieser Auseinandersetzung war, der sichtlich überforderte Schiedsrichter David Fernández Borbalán, der mit seiner roten Karte in der Hand vergeblich probierte die Gemüter zu beruhigen und die zu bestrafenden Spieler

³² <http://www.transfermarkt.de/cristiano-ronaldo/profil/spieler/8198>

³³ http://www.huffingtonpost.co.uk/2012/11/27/barcelonas-la-masia-xi_n_2196501.html

vom Feld zu verweisen. Neben den drei roten Karten verteilte er im Laufe des Spieles acht weitere gelbe Karten.

Zum Eklat wurde auch der Tag, an dem der Portugiese Luis Figo, der ehemals Kapitän der Auswahl Barcelonas war, als Madrilene ins Stadion der Katalanen zurückkehrte. Sechs erfolgreiche Jahre spielte Figo im Dress der Katalanen, in denen er als Spielführer seine Mannschaft zu je zwei Cupsiegen und Meisterschaften führte und sich zum Publikumsliebbling mauserte. Doch schnell wurde aus Liebe Hass, als Figo im Sommer 2000 entschied den Verein Richtung Erzfeind Real Madrid zu verlassen. Als Figo letztlich mit seinem neuen Team am 23. November 2002 erstmals ins Camp Nou Barcelona zurückkehrte, schrieb dieses Spiel Geschichte. Es wurde das bis dato lauteste Pfeifkonzert der Fussballgeschichte des Landes. Höhepunkt dieser Begegnung war die 72.



Wurfgeschoss im Camp Nou 2002 - www.watson.ch

Minute, als Figo naturgemäß einen Eckball nahe der Fankurve ausführen wollte und neben zahlreichen Beschimpfungen wie „Judas“ und „Geldhure“, Gegenstände in seine Richtung flogen. Darunter auch ein Schweinskopf, der tags drauf sämtliche Titelblätter der nationalen Zeitungen schmückte und zum Symbolbild dieser Posse wurde.³⁴

Das letzte Beispiel, dass ich aufbringen möchte, leitet zu der Hauptfragestellung dieses



Ramos schlägt Puyol im Clasico 2010 - epimg.net

Fallbeispiels. Im *Clasico* vom 29.11.2010 legte Barcelona wohl sein bestes Spiel hin und fertigte Real Madrid mit 5:0 ab. Auch in diesem Spiel kochten die Gemüter über. Das Frustfoul von Madrid Verteidiger Sergio Ramos in den Schlussminuten, löste abermals ein Handgemenge zwischen beiden Teams aus.

Selbst nach der verhängten roten Karte, war Ramos scheinbar nicht zu beruhigen und schlug in das Gesicht vom Barcelona Verteidiger Carlos Puyol. Dem nicht genug, drohte er Gerrard Pique und schlug Xavi Hernandez ebenfalls ins Gesicht. Der Konflikt in diesem Beispiel liegt nun darin, dass diese Spieler Mannschaftskameraden in der spanischen Nationalmannschaft sind.

³⁴ <http://www.watson.ch/!602326235>

Solche Begegnungen schaffen großes mediales Aufsehen und letztlich Profit. Der spanische Verband, sowie die landesweiten Medien haben demnach hohes Interesse daran, diese Brisanz in diesem Duell zu wahren. Dem Publikum, national sowie international wird glaubhaft vermittelt, dass Spieler und Vereine sich gegenseitig förmlich hassen. Dass dem letztlich nicht so ist, ist schließlich nur eine naheliegende Vermutung, denn folgende Frage unterstützt diese These: Wie kann es sein, dass Spieler, die sich vermeintlich so sehr verabscheuen, gemeinsam in der spanischen Nationalmannschaft spielen und darüber hinaus auch noch eine goldene Generation im Weltfußball bilden? Dieselben Spieler, die sich in den *Clasicos* duellierten, holten gemeinsam 2008 die Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz, gewannen



Carlos Puyol und Sergio Ramos - www.eurocopa12.com

2010 die Weltmeisterschaft in Südafrika, und krönten ihre Dominanz 2012 mit dem erneuten Gewinn der Europameisterschaft in Polen und der Ukraine. Diese 3 Titel in Folge zu gewinnen, gelang keiner anderen Nation auf der Welt. Die Statistik beweist, dass der Großteil der spanischen Auswahl, aus Spielern dieser beiden Teams besteht.

Madrid und Barcelona stellten 13 von 23 Spielern des Kaders und bildeten das Herzstück der Mannschaft bei der WM 2010.³⁵ Die im letzten Beispiel benannten Sergio Ramos und Carlos Puyol, die sich einst auf dem Feld unsportlich schlugen, spielten Seite an Seite und bildeten die Innenverteidigung Spaniens.

Madrids Arbeloa und Barcelonas Villa, die im Pokalspiel in 2011 nicht weniger gewaltvoll aneinander gerieten, holten keine 6 Monate später gemeinsam den Europameister-Titel.³⁶ Spätestens nach dem Sieg der Deutschen 2014 in Brasilien, weiß man, dass der Erfolg der Mannschaft nur über den Teamgeist und der Geschlossenheit



Siegert im WM Halbfinale 2010 - v.l. Sergio Ramos (Madrid), David Villa (Barcelona), Carlos Puyol (Barcelona), Xabi Alonso (Madrid), und Gerard Pique (Barcelona) liegen sich in den Armen - www.uefa.com

³⁵ <http://www.weltfussball.de/teams/spanien-team/wm-2010-in-suedafrika/2/>

³⁶ <http://www.offthepost.info/blog/2011/04/video-alvaro-arbeloa-stamps-on-david-villa-drags-him-to-his-feet/>

führt. Die These aus der Dokumentation zum Titelgewinn „*Brasilien hat Neymar. Argentinien hat Messi. Portugal hat Ronaldo. Deutschland hat eine Mannschaft!*“ unterstreicht die Wichtigkeit dieser Aussage. Teamgeist kann man nicht vorspielen, doch kann man Hass schauspielern?

Die Vermutung liegt nahe, dass hier dem Zuschauer ein Bild verkauft wird, welches fernab von der eigentlichen Realität ist. Verband und Medien manipulieren gleichermaßen die öffentliche Meinung. Betrachten wir nun die Methoden, die diese These zu untermalen versuchen.

Der Verband weiß um die Vorherrschaft der beiden Mannschaften im Ligabetrieb. Dass eine andere Mannschaft Meister in Spanien wird, ist die große Ausnahme. Dies könnte ein Beweggrund sein die *Clasicos* so hitzig wie möglich zu gestalten, um sich national wie international nicht als Liga der Langeweile zu repräsentieren. Nicht umsonst ist es Tradition in Spanien für den Meister Spalier zu stehen. Hauptaugenmerk liegt hier bei den Duellen zwischen Barcelona und Madrid, wo dem Zuschauer bereits vor dem Spiel gemischte



Spalier stehen für den Meister 2008 - images.spoX.com

Gefühle aus Anerkennung und Neid vermittelt

werden. Nirgendwo anders auf der Welt wird das Spalier stehen vor einem Spiel praktiziert, was darauf schließen lässt, dass man sich hier sehr wohl Gedanken gemacht hat bei der Einführung dieses Rituals. Emotionen werden bedacht geschaffen, noch bevor überhaupt der Ball ins Geschehen involviert ist, um die Gemüter bei Fans und Spieler optimal zu erregen.

Ein weiterer Hebel, an dem der Verband Hand anlegen kann sind die Ansetzungen der Spiele. So werden die Spiele Barcelonas und Madrids stets zur *Prime-Time* angesetzt, während vermeintlich uninteressantere Spiele auf Mittagsstunden gesetzt werden.³⁷ Im Zeitraum eines *Clasicos* wiederum, wird keinerlei Rücksicht auf andere Partien genommen. Im Gegenteil, es werden sogar Spiele verlegt und verschoben, um der TV-Übertragung des Derbys nicht in die Quere zu kommen. So kam es am Rande des Spiels zwischen den FC Sevilla und Levante im April 2012 zum „Tennisball-Eklat“. Fans des FC Sevilla warfen vor Spielbeginn haufenweise

³⁷ <http://www.kicker.de/news/fussball/intligen/spanien/liga-bbva/2014-15/spieltag.html>

Tennisbälle auf das Spielfeld, die reihenweise von Ordnern entfernt werden mussten.³⁸ Mit dieser Aktion protestierten die Anhänger gegen die Spielverlegung ihrer Partie auf 22:30 Uhr, damit der *Clasico* „...zu Ende gezeigt werden konnte“, so hieß es seitens des Verbandes. Doch bedenkt man, dass das Spiel in Barcelona um 20 Uhr angepfiffen wurde und ein Spiel in der Regel knapp 1 Stunde und 50 Minuten inklusive Halbzeit und Nachspielzeit dauert, hätte man problemlos das Spiel zu Ende zeigen können, ehe sich die Zuschauer dem Spiel aus Sevilla widmen. Tatsächlich nahm man aus Barcelona nicht nur das Spiel ins Visier der TV-



Ordner beseitigen Tennisbälle in Sevilla - sports.yahoo.com

Übertragung, sondern auch sämtliche Highlights, Stimmen, Emotionen und die Pressekonferenz der beiden Trainer im Anschluss des Spiels. Die Pressekonferenz ist vor allem für die mediale Aufmerksamkeit wichtig, sodass die Annahme, Verband und Medien haben proaktiv für die Vermarktung des *Clasicos* gesorgt, unverkennbar wird. Der Protest der Fans blieb letztlich ohne Folgen, weder für die Ansetzung solcher Begegnungen noch für den FC Sevilla. Für solche Vorfälle sind eigentlich Strafen für den Verein fällig. Doch auch hier behalf man sich der Methode, den Protest still ausklingen zu lassen. Denn würde man der Aktion in der Folge Beachtung schenken, egal ob positiv oder negativ, seitens Presse oder spanischem Verband, würde man dem Thema Raum geben zur Angelegenheit zu werden. Hier sind sich Verband und Medien wiederum einig, das Thema flach zu halten, indem wenig bis gar nicht darauf reagiert, bzw. darüber berichtet wird.

Bedenkt man, dass ab der Saison 2011/12 einige Anstoßzeiten geändert wurden, um den asiatischen Markt zu fördern, merkt man wie wichtig die Vermarktung der Sendezeiten dem Verband sind.³⁹

Am Rande der viel diskutierten USA-Reise *Audi Summer Tour 2014* der Bayern, meinte Vorstandsboss Karl-Heinz Rummenigge über seinen Trainer „...*Wir machen diese Reise mit dem „Goodwill“ von Pep Guardiola, der das aus Barcelona kennt*“ (Karl-Heinz Rummenigge im Interview mit *SPOX* über die globale Marke FC Bayern⁴⁰). Gemeint war die PR-Reise der Bayern Mannschaft, die wirtschaftlich wichtig, jedoch sportlich belastend und

³⁸ <http://www.laola1.at/de/fussball/international/spanien/primera-division/news/tennisball-protest-gegen-clasico/>

³⁹ <http://www.soccerex.com/news/2011/06/espn-star-sports-promises-improved-kick-times-new-la-liga-deal>

⁴⁰ <http://www.spoX.com/de/sport/fussball/bundesliga/1408/Artikel/karl-heinz-rummenigge-interview-fc-bayern-muenchen-audi-summer-tour-usa-pep-guardiola-internationalisierung-robert-lewandowski.html>

völlig überflüssig war. Mit dieser Aussage stellte Rummenigge klar, wie selbstverständlich und normal PR Maßnahmen im Fußball sind und das auch der langjährige Barcelona Spieler und Trainer, Pep Guardiola, dieses bestens kennt.

Toni Kroos, der im Sommer 2014 vom FC Bayern nach Madrid wechselte, beschrieb den Hype der spanischen Mannschaft in der Bild am Sonntag wie folgt: *„Madrid ist extremer als München. (...) Die Weltmarke Real spürt man dann, wenn man unterwegs ist. Wir können hinreisen, wo wir wollen: Jeder kennt Madrid. Überall auf der Welt flippen die Menschen aus. Real ist auf der ganzen Welt präsent.“*⁴¹

Nicht weniger aktiv, als Verband und die Vereine sind die Medien in Spanien. Das Hauptaugenmerk liegt hierbei auf der spanischen Sportzeitung *Marca*. Mit reißerischen Artikeln, deutlichen Bildern und überzogenen Titeln, weiß die *Marca* zu provozieren. Durchschnittlich 250.000 Exemplare werden täglich verkauft und machen die Beliebtheit der Zeitung mit geschätzten 2,5 Millionen Lesern deutlich. Der Verlag sitzt in Madrid, berichtet jedoch über Madrid sowie Barcelona aus sportlicher Sicht gleichermaßen kritisch, denn nur so kann man die Rivalität weiter anstacheln.

Nach dem *Clasico* im November 2010 und dem 5:0 Debakel für Madrid, spielte die spanische Presse bewusst mit extremen Wörtern. Besonders das Wort *Humillación*, zu Deutsch „Demütigung“, kursierte durch die Artikel. Die Redakteure der *Marca* gingen sogar während der Pressekonferenz nach dem Spiel so weit, Real Trainer José Mourinho zu fragen, wie es sich anfühlt „gedemütigt“ worden zu sein. Solche Ausfälle sind in der spanischen Presse keine Seltenheit. Betrachtet man die Titelblätter einen Tag nach der Partie fällt einem die provozierende Wortwahl deutlich auf:

⁴¹ <http://www.sport1.de/internationaler-fussball/primera-division/2015/02/toni-kroos-erklaert-unterschiede-zwischen-fc-bayern-und-real-madrid>



Titelblätter der Sportzeitungen nach dem Clásico 2010 - en.kiosko.net/es

Schlag gegen Mourinho (symbolisch die übergroße Hand) / Tore, **Demütigung und Vorführung** / 5-0 (in überzogener Schriftgröße) / Kalte Dusche nach Madrid / **Toreflut und Ausraster** / Eine Demonstration des Fußballs / Eine Realitätsdusche / Guardiolas Barca **demütigt** Mourinhos Madrid / Ein **gefühlter Missbrauch** (gefühlte Misshandlung) / **MOUchísimo** Barca (eigentlich Muchísimo = so viel, Anspielung auf MOUrinho) so viel Barca für so wenig Madrid / Barcelona **demütigt** mal wieder Madrid / Eine **Klatsche für**

Mourinho / Barca **demütigt** Real Madrid mit einer Vorführung / **Die Rache der Katalanen** gegen Mourinho / **Mourite** de Risa = **Sterbend** vor Lachen (eigentlich Morite/Morirse, Anspielung auf Mourinho) / Eine Nacht, die die Gewinner aber vor allem die Verlierer nie vergessen werden /

Provozierende Bilder, wie die Hand mit fünf Fingern, die die fünf Tore repräsentieren sollen und einen „Schlag“ ins Gesicht von Mourinho, überzogene und teilweise beleidigende Schlagwörter, wie „Demütigung“ und „Misshandlung“, auch gegen einzelne Personen und reißerische Artikel scheinen die gewählten Mittel und die Methode, der spanischen Presse zu sein.

Im Rahmen des bereits erwähnten Wechsels von Luis Figo kursierten Titelblätter wie folgende durch die Sportpresselandschaft:

Masacrado, zu Deutsch „Massakriert“, in Großbuchstaben titelten die *Marca*, nach dem *El Clásico* vom 23. November 2002. Ein sehr starkes Wort, welches gewählt wurde, um die Situation im Camp Nou beim *Clásico* zu beschreiben. Denn es war letztlich nur ein Pfeifkonzert. Erstaunlich ist bei diesem Titelblatt



Titel der Marca vom 24.11.2002

auch zu sehen, wie ein verängstigt aussehender Figo sich die Ohren zuhält, während er auf dem Platz steht. Der genaue Betrachter erkennt jedoch, dass dieses Bild gar nicht von dem Derby Abend im November 2002 stammen kann. Es ist nämlich das Trikot der Vorsaison. Ein



Figo beim Clásico November 2002 - skysports.com

quasi archiviertes Bild, denn beim *Clásico* trug Real Madrids Figo, laut Bildern und TV Aufnahmen, ein komplett weißes Trikot ohne lila Streifen. Selbst der Trikotsponsor ist veraltet. Trotzdem wird dieses

Bild des „leidenden“ Figos, der „massakriert“ wird mit diesem Spiel in Verbindung gebracht. Wenn man einen Schritt weiter geht und außerhalb der Presselandschaft Spaniens nach Interviews mit Figo zu diesem Thema sucht, findet man eine andere Auffassung der Geschehnisse. Figo schildert im Interview mit *fussballeuropa.com*, „Wenn ich das Schwein gesehen hätte, hätte ich ein Stück davon gegessen“⁴², und spielt damit auf den Schweinskopf an, welcher nach ihm geworfen wurde. Figo sah die Angelegenheit dem Interview nach gelassen. Von „Massakrieren“ kann nicht die Rede gewesen sein.

Um die Fans auch entsprechend für das Duell anzuspornen, druckte man seitens *Anti-Poster Sport* Plakate, mit der Aufschrift „Figo Pesetero“, zu Deutsch Figo Geldhure, und „Judas“ Plakate die fleißig unter den Zuschauern verteilt wurden. Eine Kampagne,



Aufschrift "Figo Pesetero" - Anti-Poster Sport

dessen Bilder bis heute bei sportbegeisterten Menschen nicht in Vergessenheit gerieten, auch auf Grund ihrer Dramatik, die von der Presse wohl eher gelebt wurde, als vom Spieler selbst.

⁴² <http://www.fussballeuropa.com/news/luis-figo-wenn-ich-das-schwein-gesehen-hatte-hatte-ich-es-gegessen>

Auch die heutigen Starspieler der beiden Mannschaften, nämlich Cristiano Ronaldo auf Seiten Reals und Lionel Messi auf Seiten Barcelonas, müssen sich dem Schauspiel der Presse hingeben. In keiner anderen Liga der Welt werden zwei Spieler so sehr zu Rivalen herauskristallisiert, wie diese Beiden. Von der Presse stets als Erzfeinde im Kampf um die Krone des Besseren deklariert, verstehen sich die beiden Weltstars hinter der Kulisse wunderbar, wie die Backstage Bilder vom *Ballon d'Or* zeigten.⁴³ Nicht selten werden in den Titelblättern der *Marca* die beiden Spieler gegenübergestellt und verglichen, ob sie nun gegeneinander spielen oder nicht. „CR9 (Cristiano Ronaldo) ist ein kompletterer Spieler als Messi“ titelte die *Marca* im Dezember 2009. In dem darin enthaltenen Artikel, wurden sämtliche körperlichen und sportlichen Attribute, auf beachtlicher Weise verglichen, um zu dem Schluss zu kommen, dass Ronaldo schlichtweg „besser“ ist. Der Titel des Artikels wiederum lautete „La dinamita de CR9 vs. La magia de Messi“, übersetzt „Das Dynamit des Ronaldo vs. Die Magie des Messi“.



Spielervergleich - Titelblatt *Marca*
25.12.2009



Marca Titelblatt vom 08.10.2012



Marca Titelblatt vom 23.08.2012

Auch hier spielt die *Marca* mit aussagekräftigen Schlagwörtern, wie Dynamit, und auch das „vs.“. Nicht selten werden die beiden Namen der Sportler durch dieses „vs.“, wie man es aus einem Box-Duell kennt, getrennt. Bildlich werden Messi und Ronaldo, wie in folgenden Beispielen zu sehen,

immer gegenüber gestellt, um eben diesen Vergleich zu untermalen.

⁴³ <http://de.euronews.com/2015/01/14/cristiano-ronaldo-ist-messi-fan/>

Sollten sportliche Leistungsschwankungen von der Redaktion der *Marca* festgestellt werden zieren auch Bilder und Schlagzeilen, wie die vom 11.03.2014 die Titelblätter der Zeitschrift.



Marca Titelblatt vom 11.03.2014

Hier wird sogar von den „niedrigsten Stunden des Lionel Messi“ gesprochen, während über Ronaldo von der „tödlichen Zuverlässigkeit“ die Rede ist. Dem Titel nach könnte man meinen, Lionel Messi und Cristiano Ronaldo haben sich in einem *Clasico* duelliert. Doch spielte Real Madrid gegen DU Levante (3:0) und Barcelona gegen Valladolid (0:1). Sieg und Niederlage wurden im Titelblatt an diesen beiden Spielern, in einer weiteren Gegenüberstellung, fest gemacht.

Die Methoden von Verband und Verein, sowie auch speziell von den Medien und der *Marca* funktionieren. Barcelona und Madrid sind längst in der Welt bekannt und man findet kaum einen Menschen, der Fan beider Mannschaften ist. Es heißt „Barca oder Real“. Wer Fan einer Seite ist, verabscheut die Andere. Fans und Zuschauer wurden von einem Bild der Rivalität überzeugt, die ansteckend und mitreißend ist. Zustände, die so kaum in anderen Ligen präsent sind. Ich kenne kein prägendes Bild aus den italienischen Derbys, zwischen Inter Mailand und AC Mailand, AS Rom und Lazio Rom, Juventus Turin und FC Turin. Bei letzterem weiß ich nicht einmal, ob es überhaupt einen emotionalen Hintergrund gibt. Diese Duelle wurden schlichtweg nie vermarktet. Es wurden keine Geschichten und Emotionen beigesetzt, um Zuschauer weltweit zu begeistern. Bei dem Wort „*Clasico*“ fallen dem Fußballfan sofort mehrere Bilder ein, unter anderem ein Schweinskopf. Dabei herrschen in Spanien zeitweise so langweilige Verhältnisse, wie einst in Schottland wo der Meister jedes Jahr zwischen Celtic Glasgow und Glasgow Rangers ausgemacht wurde. Letztlich starb die Liga aus Schottland, genau auf Grund dieser Verhältnisse und keiner schenkt dem mehr Beachtung. Verhältnisse, die auch in Deutschland irgendwann an der Tagesordnung herrschen könnten, denn betrachtet man die Dominanz des FC Bayern München, fragt man sich, ob diese Liga noch spannend ist. Die Situation ist den deutschen Clubverantwortlichen und den Medien längst bekannt. „*Der*

*FC Bayern macht Bundesliga langweilig*⁴⁴, hieß es in einem Kommentar in der *Welt*. Das spanische Modell könnte da Abhilfe leisten. Der Trend zeigt jedenfalls in die Richtung. Nicht umsonst war in den Medien die Rede vom „Deutschen Clasico“ zwischen dem FC Bayern und Borussia Dortmund.⁴⁵ Auch Clubverantwortliche wie Karl-Heinz Rummenigge und Hans Joachim Watzke ahmen die spanische Rivalität nach, indem sie sich öffentlich in den Medien insultieren. Erst kürzlich hatte Watzke Rummenigge *„Heuchelei und Niveaulosigkeit“* unterstellt.⁴⁶ Auch wenn es um Spieler geht, die den Verein in die andere Richtung wechseln kommt es bei Fans Vereinen und Medien zum Eklat, wie die Fälle Mario Götze und Robert Lewandowski zeigten. Mit Pep Guardiola holte man einen Zeitzeugen aus Spanien nach Deutschland. Bleibt abzuwarten inwiefern die Bundesliga sich in die Welt des Profits aus Rivalität entwickelt.

⁴⁴ <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article135704530/Die-spannendste-Liga-der-Welt-wird-zur-Monokultur.html>

⁴⁵ <http://www.ran.de/fussball/bundesliga/bildergalerien/bayern-vs-dortmund-der-deutsche-clasico>

⁴⁶ http://www.focus.de/sport/fussball/bundesliga1/zoff-zwischen-bundesliga-topclubs-bvb-bayern-eskalation-watzke-schimpft-rummenigge-als-niveaulosen-heuchler_id_4243386.html

The Daily Mirror vs. Lukas Podolski

Dass Lukas Podolski zum Jahresende 2014 einen schweren Stand beim Arsenal London Trainer Arsène Wenger hatte, war der Presse nicht entgangen. Der 121-malige Nationalspieler wechselte im Sommer 2012 mit vielen Vorschusslorbeeren zu den so genannten „Gunners“. Zum Jahreswechsel 2014/15 deuteten viele Zeichen auf eine Trennung. Seine Art Fußball zu spielen und sich auch außerhalb des Platzes zu geben, birgt großes mediales Potenzial in sich. Podolski ist nicht nur in der Nationalmannschaft ein Fanliebling und Aushängeschild. Diese mediale Präsenz überschlug die britische Boulevardzeitung *The Daily Mirror* zu einem öffentlichen Skandal mittels einer Lügengeschichte.

Auf den *Daily Mirror* wird in dieser Arbeit bereits im politischen Teil, auf ihre unwahre Berichterstattung eingegangen. Im *Mirror Sport*, der Sportausgabe des Verlages, verfahren sie mit ähnlichen Methoden. Gerüchte, Lügen und Sensationsschlagzeilen bekleiden auch hier ihren Redaktionsalltag, genauso wie ausgefallene, geschmacklose Titel und Bilder. Nicht zu selten kam es vor, dass Vereine und Spieler sich zu Wehr setzen mussten, wie in folgenden Beispielen beschrieben:

Das Viertelfinal-Hinspiel der Champions League Saison 2013/2014 zwischen Manchester United und dem FC Bayern München endete im *Old Trafford* Stadion mit 1:1. Im Hinspiel



nicht zu gewinnen und obendrein ein Tor zu kassieren, ist für die Heimmannschaft immer eine schwierige Angelegenheit. Klar, dass die Presse entsprechend aufgeheizt reagiert. Doch lehnte sich der *Mirror Sport* am Folgetag in ihrem Spielbericht zu weit aus dem Fenster. Bayerns Mittelfeldspieler Bastian Schweinsteiger erzielte an dem Abend den wichtigen Ausgleichstreffer für sein Team, ehe er in der hitzigen Partie wegen erneuten Foulspiels die Gelb-Rote Karte sah. In der Folge wurde die Szene viel diskutiert, denn man warf dem Gegenspieler

Wayne Rooney eine deutliche Schwalbe vor. Beim

Betrachten der Zeitlupen fiel auf, wie Rooney abhob und Schweinsteiger lediglich den Ball spielte. Dennoch war es, alles in allem, eine enge, aber vertretbare Entscheidung, die nicht überbewertet werden musste und zum Profi-Fußball Alltag gehört. Einzig die *Mirror Sport*-Redaktion sah in diesem Remis eine Sensation und fand in Bastian Schweinsteiger ein Missetäter. „*You Dirty Schwein*“, zu Deutsch „Du dreckiges Schwein“, titelten sie am Folgetag und spielten damit auf den Nachnamen Bastian Schweinsteigers an. Anspielungen die er das letzte Mal wahrscheinlich, in der Grundschule hörte und nicht von einer Sportzeitschrift erwartete, abgesehen davon, dass es eine grobe öffentliche Beleidigung darstellt. Nicht einmal die *Sport Bild*, ließ sich zu solchen Äußerungen, während Schweinsteigers langjähriger Karriere hinreißen, auch wenn ihr Schreibstil meist ähnlich ist.

Beim Betrachten des Titelblattes (s.o.) wird erneut der typische Stil des *Mirrors* erkennbar. Großbuchstaben bekleiden ihre Titel mit farblichen unterschieden bei Signalwörtern, hier das Wort „Schwein“ in gelb. Eingesetzt wurde es bildlich zwischen Schweinsteiger und dem gefoultem Rooney wie ein Keil, um gut von böse voneinander zu trennen. Es wurde ein Bild gewählt in dem Schweinsteiger, mit erhobenem Finger, den Anschein macht Rooney zu belehren und nicht einmal die Einsicht zeigt, dass er eine Rote Karte nach einem „bösen“ Foul sah. Auch in dem dazugehörigen Bericht wird an keiner Stelle erwähnt, dass es gegebenenfalls eine Schwalbe von Rooney gewesen sein könnte.⁴⁷ Im Titel heißt es weiter „Bastian breaks United hearts before seeing red after foul on Roo“, Bastian zerbricht Uniteds Herzen bevor er die Rote Karte nach einem Foul an Roo (Rooney) sieht. An dieser Stelle weckt der *Mirror* Emotionen in ihrem Bericht und appelliert an die Herzen der Manchester United Fans. Damit wurde der Bösewicht endgültig ausgemacht. Ein Tor schießen, Herzen brechen, unseren Helden Rooney foulern, eine Rote Karte kassieren und sich anzumaßen Rooney mahnend den Zeigefinger zu zeigen? „Du dreckiges Schwein“. So ungefähr könnte die meinungsbildende, hetzerische Kernaussage dieses Titelblattes klingen, ohne Rücksicht auf Einzelpersonen zu nehmen, geschweige denn über die wahre, eher harmlos wirkende Geschichte hinter diesem Foul zu berichten.

An den deutschen Medien und dem FC Bayern München ging diese beleidigende Schlagzeile selbstverständlich nicht spurlos vorbei. „*Der FC Bayern München akzeptiert so eine Form der Berichterstattung nicht und verurteilt diese aufs Schärfste*“⁴⁸, hieß es in einer offiziellen

⁴⁷ <http://www.mirror.co.uk/sport/football/match-reports/manchester-united-1-1-bayern-munich-3338409>
(Titel „You dirty Schwein“ im Nachhinein geändert)

⁴⁸ Presseerklärung FC Bayern München vom 03.04.2014

Presseerklärung des FC Bayern am Folgetag. Obendrein verbannte der Verein die britische Zeitung zum Rückspiel aus ihrem Stadion in der Allianz Arena, indem den Reportern der Zeitschrift keine Akkreditierungen ausgeteilt wurden.⁴⁹ Damit setzte der FC Bayern ein Zeichen und wusste sich mit dieser Maßnahme zu Wehr zu setzen. Entsprechend schockiert kam diese Nachricht in London an, denn ohne Akkreditierungen gibt es keine Pressestimmen aus dem Viertelfinal Rückspiel und somit kaum Material, um in üblicher Manier über ein Spiel Live und zeitnah zu berichten. Pressetechnisch war es der Tod für den *Mirror Sport*. Nicht einmal ein so genannter *Live-Ticker* zum aktuellen Spielgeschehen würde Sinn machen, da man seine Infos von Fremd-Journalisten beziehen müsste und so umformulieren müsste, als wären es die Eigenen, kaum zu sprechen vom Zeitversatz.

Der *Mirror* reagierte entsprechend auf ihre Art in einem Bericht, in dem es bereits in der Überschrift hieß, dass die Reaktion der Bayern „kleinlich, überreizt und peinlich“ sei.⁵⁰ Gleich drei bewertende Signalwörter, allein in der Überschrift, lassen auf den Ärger zum Ausschluss schließen, zumal das Wort „*pathetic*“ (zu Deutsch: armselig, erbärmlich, peinlich), abermals als Beleidigung aufgefasst werden kann. Beim Titel der „*Opinion*“ vom Rückspielabend am 09. April 2015 von Oliver Holt, „*Why Bayern Munich banning the Mirror from Manchester United decider is petty, petulant and pathetic*“, wird ebenso deutlich, dass hier als Stilmittel das ‚Voraussetzen einer Tatsache‘, in einer Fragestellung gewählt wird und lediglich die Antwort nach der Frage erörtert wird, „Warum“ dem so ist. Es wird nicht gefragt „Ob“ es eventuell kleinlich ist, sondern „Warum“ die Bayern so sind. Damit wird dem Leser suggeriert, dass dem so ist. Unter dem Titel folgt direkt die Kampfansage vom *Mirror*-Reporter: „*We WILL report on tonight's Champions League match despite the hosts' bullying attempt at press censorship, writes Oliver Holt*“ zu Deutsch: „Wir WERDEN über das Champions League Spiel heute Abend berichten, trotz der Presse-Zensur Mobbing-Versuche des Gastgebers, schreibt Oliver Holt“. Damit vereint sich der *Mirror* mit seinem Leser und setzt auf dessen Loyalität, selbstverständlich die Reaktion des FC Bayern ebenso als „Mobbing“ zu werten. „Wir WERDEN berichten und ihr WERDET lesen und so wehren wir uns gegen dieses kindische „Bullying“. Wichtig ist es auch zu unterscheiden, zwischen einem Bericht von einem Reporter und einer *Opinion*, einer Meinung von einem Reporter. Die Veröffentlichung einer Meinung, ist ein von vielen Online-Plattformen und Zeitungen

⁴⁹ <http://www.rp-online.de/sport/fussball/champions-league/fc-bayern-muenchen-verurteilt-schweinsteiger-schlagzeilen-aid-1.4150468>

⁵⁰ <http://www.mirror.co.uk/sport/football/news/bayern-munich-banning-mirror-manchester-3389121>

gewählte Methode, um eine Redaktion menschlich zu machen und Handlungsfreiraum zu bieten.

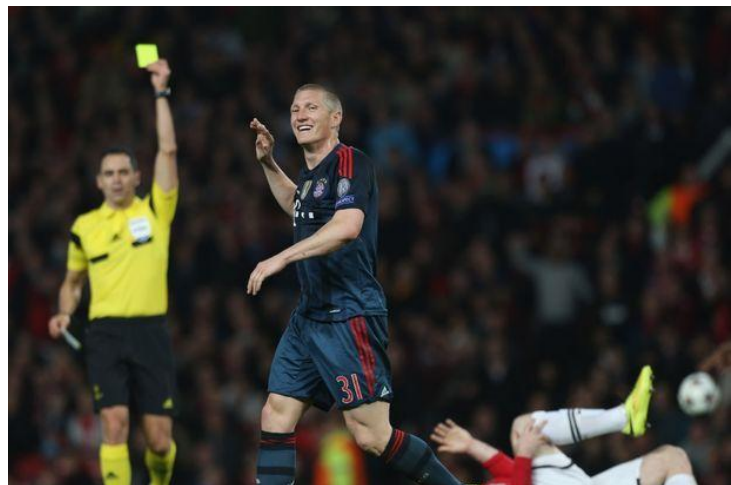


Man hört sich demnach nicht

[Opinion-Grafik zum Bericht - mirror.co.uk](#)

einen recherchierten, fundierten Bericht bzw. eine Nachricht an, sondern eine Meinung. Die Meinung eines Bürgers, wie „Du und Ich“. Daran muss nichts falsch oder richtig sein, sie ist eben menschlich. Nichtsdestotrotz ist es ein von Oliver Holt geschriebener Text, wie in sämtlichen anderen Berichten auch, die er verfasst. Nur dieses Mal mit Portrait und augenscheinlich der Erlaubnis, alles Schreiben zu dürfen, was seiner Meinung entspricht. Dass die Aktion der Bayern „erbärmlich“ ist, kann keine Zeitung schreiben, ohne mit Konsequenzen rechnen zu müssen. Darf jedoch Oliver Holt seine Meinung in einer Zeitung äußern und somit seinen Unmut auf einer Plattform zur Schau stellen, ohne schwerwiegendere Konsequenzen tragen zu müssen? Ja, es ist nun einmal eine Meinung eines Reporters in einer Kultur, wo Meinungsfreiheit selbstverständlich geschätzt wird. Der Versuch die Meinung der Öffentlichkeit zu spiegeln, wird zudem mit dem Titel, der vermeintlichen Fragestellung, verstärkt. Aus einem Bericht eine *Opinion* zu machen, kann man vom *Mirror* schließlich als Schachzug interpretieren.

Oliver Holt hält sich mit seiner „Meinung“ auch nicht zurück, Bastian Schweinsteiger weiterhin zu diskreditieren. Denn gleich unter seinem Solidaritätsschwur, in dem er verspricht aus München zu berichten, wählt er aus einem Archiv aus mehreren tausend Bildern, die thematisch besser zu dieser Angelegenheit passen könnten, erneut ein Bild von Schweinsteiger, kurz nach seinem Foulspiel. Würde ein Bild von FC Bayern Pressesprecher Markus



[Schweinsteiger im Titelbild - mirror.co.uk](#)

Hörwick, oder

Vorstandsvorsitzender Karl-Heinz Rummenigge, oder ein einfaches Bild der FC Bayern Geschäftsstelle mehr Sinn machen? Wahrscheinlich schon, doch ein unsportlich lachender und abwinkender Bastian Schweinsteiger, der gerade eine Karte vom Schiedsrichter kassiert, unterstreicht die vom *Mirror* angefangene Hetze und die implizierte Haltung der Bayern demonstrativ. Im Hintergrund erkennt der Leser zudem, den übel zugerichteten Wayne

Rooney, der sich schmerzgekrümmt das Bein hält. In der Bildunterschrift heißt es „*Making headlines: Bastain Schweinsteiger’s first-leg dismissal starts the ball rolling*“. Der *Mirror* hält an ihrem Übeltäter fest und zeigt dem Leser, wer letztlich den „Ball ins Rollen“ gebracht hat.

In dem Bericht bzw. der Meinung, beteuert Oliver Holt, dass dem *Mirror* Unrecht geschah. Nachvollziehbar, dass er seinen Arbeitgeber verteidigt. Er entschuldigt sich auch, allerdings auf seine Art. Man habe nie gewusst, dass „Schwein“ ein Schimpfwort ist und wie schlimm sich „YOU DIRTY SCHWEIN“ in Deutschland liest, „*Schwein means ‘pig’ in German and is, apparently, a grave insult.*“ Er vergisst dabei, dass im englischen Sprachgebrauch Schimpfwörter, wie *Filthy Pig* (Schmutziges Schwein), nicht weniger bedeutsam sind. Ebenso geht er auf sämtliche Skandale der Bayern, wie Uli Hoeneß‘ Strafprozess, oder Franz Beckenbauers Privatleben ein, die so gesehen überhaupt nichts mit der Situation im Champions League Viertelfinale und die Berichterstattung darüber, zu tun haben. „Wer im Glashaus sitzt, sollte nicht mit Steinen schmeißen“, war wohl die Botschaft die Holt in seiner *Opinion* verdeutlichen wollte.

Der FC Bayern reagierte nicht weiter auf die Berichte und Meinungen. Immerhin gewannen sie das Rückspiel mit 3:1. Ob der *Mirror* nach dem Ausschluss die Art seiner Berichterstattung überdenkt, bleibt abzuwarten. Die Maßnahmen des FC Bayern zeigten ihnen jedenfalls die Grenzen auf.

Auch Lukas Podolski wusste sich gegen den *Mirror* zu wehren. Sportlich lief es, wie bereits erwähnt, für ihn beim Arsenal London nicht positiv. Eine Meldung, dass es auf dem Trainingsplatz in London zum Eklat kam, würde man als Leser sofort glauben. Darauf setzte der *Mirror*, der despektierlicherweise ähnliches schrieb.



Schmollender Podolski im *Mirror* - mirror.co.uk

Am 31. Dezember 2014, kurz vor dem Jahreswechsel veröffentlichte der *Mirror* nämlich ein Bericht über Lukas Podolski, der angeblich wutentbrannt das Londoner Trainingsgelände verlassen haben soll.⁵¹ „*Arsenal face Lukas Podolski transfer rebellion as frustrated forward storms out of*

⁵¹ <http://www.mirror.co.uk/sport/football/transfer-news/arsenal-face-lukas-podolski-transfer-4900134>

training“ heißt der Titel, der übersetzt “Arsenal wird mit der Transfer-Rebellion des Lukas Podolski konfrontiert, während der frustrierte Stürmer vom Trainingsplatz stürmt.“ bedeutet. Das Titelbild (s.o.) kann man als einen beleidigten Podolski deuten, der laut Bildunterschrift den „Druck auf Arsenal“ erhöht hat. Es heißt weiter, dass Podolski das Training abbrach und aus Wut über sein Reservisten-Dasein, eine Leistenverletzung vorschob, um einen Wechsel zu einem anderen Verein zu forcieren. Bis heute ließ der *Mirror* seine Leser in dem Glauben, dass dies wirklich geschah und behauptete nie das Gegenteil, geschweige denn entschuldigte



Podolski's Twitter Beitrag vom 01.01.2015 - twitter.com

sich bei Lukas Podolski, für die falschen Behauptungen. Denn in der Folge wehrte sich Podolski am Neujahr 2015 gegen diese Lügen über seine Internetplattformen in den Sozialen Medien, wie Facebook und Twitter.⁵² „Ich versuche nicht Geschichten zu kommentieren, die ich in Zeitungen lese, aber wenn ich etwas lese, was meine Hingabe und meine Liebe zum Club infrage stellt, dann muss ich etwas sagen! Hier hat ‚the Mirror‘ versucht aus Nichts eine Story zu machen. Ich finde es unglaublich, dass es Zeitungen erlaubt ist, reine Lügen zu drucken, um die

Aufmerksamkeit der Menschen zu erlangen. Um vom Platz zu „stürmen“, müssten man zuallererst auf dem Platz gewesen sein, ich verbrachte jedoch die gesamte (Trainings-) Zeit in der Medizinabteilung. Es scheint, als wäre es ‚the Mirror‘ gewesen, der zu vorschnell über seine Tastatur gestürmt ist. Nichtsdestotrotz wünsche ich dem Mirror ein frohes neues Jahr & mehr Glück mit korrekten Schlagzeilen...“

Mit diesem Beitrag hat Podolski eine Welle ausgelöst, vor allem in den deutschen Medien. Neben dem *Spiegel*⁵³ und *n-tv*⁵⁴, berichteten auch die *Zeit*⁵⁵ und die *Welt*⁵⁶ über den Disput

⁵² <https://twitter.com/Podolski10/status/550619200608563200/photo/1> und www.facebook.de/LukasPodolski

⁵³ <http://www.spiegel.de/sport/fussball/fc-arsenal-podolski-wehrt-sich-gegen-luegen-a-1010930.html>

⁵⁴ <http://www.n-tv.de/sport/fussball/Podolski-attackiert-englische-Zeitung-article14242686.html>

⁵⁵ <http://www.zeit.de/news/2015-01/01/fussball-podolski-weist-bericht-ueber-trainingsflucht-zurueck-01133806>

Podolski's mit dem *Mirror*. Man war sich einig, dass Podolski damit den *Mirror* in seine Schranken gewiesen hat. Bemerkenswert ist es jedoch zu sehen, dass jeweils im letzten Absatz der jeweiligen Berichte, redaktionsübergreifend, fast dieselbe Formulierung verwendet wird, um auf einen Punkt aufmerksam zu machen.

„Ganz ohne Humor geht es beim Ex-Kölner trotz der Aufregung aber nicht. “Der Mirror ist wohl zu schnell zur Tastatur gestürmt”, witzelte er in Anspielung auf die Schlagzeile der Zeitung“, schrieb der Spiegel.

„Ganz aber hat Podolski seinen kölschen Humor trotz des Wirbels nicht verloren. "Der Mirror ist wohl zu schnell zur Tastatur gestürmt", witzelte er in Anspielung auf die Schlagzeile der Zeitung“, schrieben n-tv und die Zeit.

„Ich habe die gesamt Einheit drinnen bei der medizinischen Abteilung verbracht“, schrieb Podolski und merkte süffisant an: "Es sieht so aus, als ob der Mirror zu schnell an die Tastatur gestürmt ist.“, schrieb die Welt.

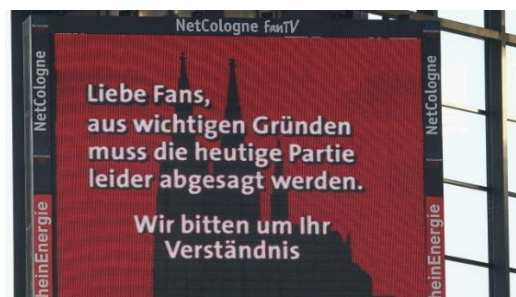
Beinahe ins alberne und haltlose ziehen die Medien die Aktion Podolskis, als hätte man sich förmlich abgesprochen. Nirgendwo wird indes herauskristallisiert, welchem revolutionierenden Mittel sich Podolski bedient hat. Wo Menschen, insbesondere Prominente, sich früher nicht gegen Falschaussagen in der Presse wehren und zu Wort melden konnten, haben die sozialen Medien eine Plattform geschaffen, um jenes zu tun. Mit Erfolg.

Natürlich kann man Medien meiden und ihnen Akkreditierungen zu Großereignissen entziehen. Sie öffentlich über ihre Lügengeschichten bloßzustellen, ist eine neue Methode, die funktioniert, weil sie eben auch Menschenmassen, in diesem Fall „Follower“ erreicht. Medien sehen demnach eine Gefahr darin, diese Methode ernsthaft zu publizieren. Sie verstecken sie lieber hinter *kölschem Humor*.

⁵⁶ <http://www.welt.de/sport/fussball/internationale-ligen/article135917966/Lukas-Podolski-legt-sich-mit-Englands-Pressen-an.html>

Babak Rafati – *Zwischen Suizid und Karriere*

Eigentlich war es ein ganz normaler Bundesliga-Samstag, im November 2011. Fans des 1.FC Köln und FSV Mainz 05 machten sich auf ins Kölner *Rhein Energie* Stadion, ehe ihnen mitgeteilt wurde, dass das Spiel ausfallen würde und sie die Heimreise wieder antreten müssten. Der offizielle Grund lautete zunächst, dass kein Schiedsrichter anwesend sei. Kurze Zeit darauf wurde über die Presse jene Meldung bestätigt, jedoch dieses Mal mit Details zum Verbleib des Schiedsrichters. Am Rande des 13. Spieltags am 19. November 2011 hat Schiedsrichter Babak Rafati in seinem Hotelzimmer versucht sich das Leben zu nehmen. Seine Assistenten fanden ihn zum Glück rechtzeitig in seinem Hotelzimmer in der Badewanne liegend. Babak Rafati überlebte, auch Dank der ersten Hilfe seiner Schiedsrichterassistenten, seinen Suizidversuch.



Anzeigetafel im Kölner Stadion kurz vor Spielbeginn - Foto: Getty Images

Knapp anderthalb Jahre später, am 21. März 2013, sah ich Babak Rafati erstmals auf dem Studio Hamburg Gelände in Hamburg-Tonndorf wieder. Das Lächeln fiel ihm schwer, genauso wenig wie das Traurigsein. Er wirkte allgemein etwas leer auf mich. Mit gemischten Gefühlen verließ ich damals das Set, nachdem Babak Rafatis erstmaliger TV-Auftritt in der ARD-Talksendung *Beckmann* zu Ende war.

In diesem Fallbeispiel geht es darum, die öffentliche Darstellung Rafatis, vor und nach seinem Suizidversuch, detailliert aufzudecken. Alle schwerwiegenden Artikel und Pressekommentare über seine Arbeit, seinen Suizidversuch, die Reaktionen darauf, seinen TV-Auftritt, bei dem ich selbst anwesend war, und die Folgen aus diesem Auftritt, werden eingehend untersucht. Zum Ende dieses Fallbeispiels hoffe ich deutlich gemacht zu haben, in welchen Kreislauf sich Rafati damals begab. Nämlich dem Kreislauf aus seiner Rolle als Opfer der Medien und die Instrumentalisierung der Medien, nach dem Suizidversuch. Selbstverständlich betrachten wir Mittel und Methoden, denen sich die Medien und der Schiedsrichter selbst behalphen.

In der bewegenden Dokumentation *Referees at Work*, in dem die gesamte Europameisterschaft 2008, aus der Sicht des 12. Mannes geschildert wurde, nämlich aus der

Sicht der Schiedsrichter, brachte FIFA Schiedsrichter Peter Fröjdfeldt die elementarste Eigenschaft seiner Arbeit auf den Punkt:

„Courage. Das ist das Wichtigste. Courage. Und das Unerwartete erwarten. Das ist wichtig. Alles kann passieren. Und wir werden hundertprozentig bei der Sache sein. Aber, eins der wichtigsten Dinge ist: Have Fun! Es ist nur ein Fußballspiel. 11 gegen 11. Wir machen uns keine Gedanken darüber, was die EURO bedeutet. Es ist nur ein Fußballspiel. Bereit für den Erfolg!“⁵⁷

Diese Worte teilte Peter Fröjdfeldt, am Rande der obligatorischen Teambesprechung, kurz vor der Partie der Gruppe C der Europameisterschaft 2008, zwischen den Niederlanden und Italien, seinem Team mit. Jene Besprechungen gehören zur allgemeinen Vorbereitung vor einem Spiel und zur Routine des Schiedsrichtergespans. Besprechungen, zu denen Rafati nie unpünktlich war, bis zum Novembermorgen im Kölner *Hyatt*. Wir schauen zunächst auf das Leben des Schiedsrichters, im Hinblick auf die wichtigsten Eigenschaften, laut Fröjdfeldt, nämlich der Courage und Fun, und der Tatsache, dass Rafati beides im Laufe seiner selbst ernannten Leidenschaft verlor.

Rafati, gelernter Bankkaufmann, startete seine recht geradlinige Karriere 1997 als DFB-Schiedsrichter in Niedersachsen, ehe er am 06. August 2005 seine erste Bundesliga Partie leitete. In der Folge schaffte er es 2008, als offizieller FIFA-Schiedsrichter aufgestellt zu werden, womit er die Berechtigung erlangte, internationale Begegnungen zu pfeifen.

„2009 lief bei mir noch alles prima.“, sagte Babak Rafati in einem Interview mit *tagesspiegel.de*⁵⁸ vom 23. Juni 2014 und erinnerte dabei an den Freitod von Robert Enke, *„für seine Tat hatte ich damals überhaupt kein Verständnis. Ich dachte: Der Mann war Nationaltorwart. Der hatte Erfolg, Geld, was wollte er denn noch?“*. Kurze Zeit darauf erfuhr Rafati am eigenen Leib, dass gesellschaftliche Anerkennung und die eigene Gefühlswelt, nicht immer vereinbar sind. Denn als Herbert Fandel, sein damaliger Schiedsrichterkollege, der Rafati einst lobenderweise als klar und resolut bezeichnete, zum Chef der DFB-Schiedsrichter-Kommission ernannt wurde, begann laut Rafati das *„systematische Mobbing“*. *„Nachdem Fandel Chef der DFB-Schiedsrichter-Kommission geworden war, hatte er immer etwas an mir auszusetzen. Was du da machst, können 500*

⁵⁷ Aus dem Dokumentarfilm: Referees at Work – Schiedsrichter im Fokus (Belgien 2009, Regie: Yves Hinant, Eric Cardot, Produktion: Thibaut Potdevin)

⁵⁸ <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/sonntag/wm-2014-ex-schiedsrichter-babak-rafati-jeder-ist-ueber-seine-gefuehle-bezwingbar/10077490.html>

andere auch, sagte er. Oder: Alle dürfen Fehler machen, nur du nicht, Babak. Ein Schiedsrichter, der keinen Fehler machen darf – undenkbar!“

Rafati beschreibt in diesem persönlichen Interview sehr genau, wie er sich vor seinem Suizidversuch fühlte und was in der Nacht zum Bundesliga-Samstag geschah. Er erzählt von „Antriebslosigkeit, Schlaflosigkeit, Schuldgefühle und Minderwertigkeitsgefühle.“ Die typischen Symptome einer Depression, die er selbst nach seinem Tiefpunkt im Kölner *Hyatt* Hotel, nicht wahr haben wollte. Im Nachgang findet er keine guten Worte für den DFB, insbesondere für Herbert Fandel. Wie viel Wahrheit letztlich hinter diesen Anschuldigungen steht, bleibt nur zu spekulieren, denn Herbert Fandel und der DFB wiesen im Anschluss jede Schuld von sich. Von Mobbing wollen sie nichts gewusst haben. Theo Zwanziger, der damalige DFB-Präsident, hat sich unmittelbar nach der Tat an die Presse gewandt und beteuert von keinem Druck gewusst zu haben.⁵⁹ Er erzählte auch vom Tatort und dem Blut in der Badewanne, was Rafati im Tagesspiegel-Interview als „Respektlosigkeit gegenüber meiner Familie!“ deutete.

Die Anschuldigungen wiegen schwer und gelangen erst Jahre nach Rafatis Suizidversuch an die Öffentlichkeit. Erst in seiner Biographie „*Babak Rafati – Ich Pfeife auf den Tod!*“ greift der Ex-Schiedsrichter die DFB Offiziellen an. Welche Institution Rafati jedoch komplett außen vor lässt sind die landesweiten Medien. Diese Tatsache lässt viel Raum für Spekulationen, denn schaut man sich die Meldungen aus der Presse während Rafatis aktiver Karriere an, kann man beim besten Willen nicht verstehen, warum keinerlei Vorwürfe gegen Medien zum Vorschein kamen.

Allen voran die Fußball Fachzeitschrift *Kicker*, der vom *Olympia-Verlag* herausgebracht wird, kam gänzlich ungeschoren davon. Dabei hätte es guten Grund gegeben den *Kicker* zur Verantwortung zu ziehen. Rubriken wie „Bester Spieler der Saison“ und „erfolgreichster Trainer der Hinrunde“ sind im Fußball-Journalismus keine Seltenheit. Man hätte es auch dabei belassen können, den „Besten Schiedsrichter“ zu wählen. Als einer der Vorreiter dieses Gewerbes, ging der *Kicker* jedoch einen Schritt weiter und wählte mittels Umfragen halbjährlich den „Schlechtesten Bundesligaschiedsrichter“. In Drei der letzten 4 Umfragen belegte Rafati in dieser zweifelhaften Rubrik den ersten Platz, zuletzt in der *Kicker*-Ausgabe vom 03. Januar 2011. Im Internet wurden diese Rubrik und sämtliche Seiten und Artikel dazu, kurz nach Rafatis Suizidversuch, umgehend gelöscht und entfernt. Doch die unwiderrufbaren

⁵⁹ <http://www.abendblatt.de/sport/article2099655/Selbstmordversuch-von-Babak-Rafati-So-reagierte-Theo-Zwanziger.html>

Druckausgaben zeigen, zu was einem pietätlosem Einfall sich die *Kicker*-Redakteure von 2009 bis 2011 hinreißen ließen.⁶⁰ Jene Redakteure sind gemeint, die bestens im Fußballgeschehen involviert sind und folglich wissen, unter welchem Druck Schiedsrichter Woche für Woche stehen. Insbesondere nach dem Selbstmord von Robert Enke, wurde zu mehr Humanität in der Profi-Fußball Welt aufgerufen, auch von der Presse. Von Humanität kann bei solchen Rubriken nicht die Rede sein und die Scheinheiligkeit wird mit der stillen Entfernung der Seiten aus dem Internet schlussendlich gekrönt. Gänzlich unbemerkt blieb die Bereinigung der Online Seite nicht, weswegen der *Kicker* auf ihre Umfragen angesprochen wurde. Man „überdenkt die Umfragen“ hieß es in einem Interview mit *Kicker*-Chefredakteur Klaus Smentek.⁶¹ Jedoch sieht Smentek keineswegs ein, mit der Frage nach dem „Schlechtesten“ gegen irgendwelche „ethischen Grundsätze“ verstoßen zu haben.

Nur wenige Artikel zu den kuriosen Umfragen blieben im Online-Archiv der *Kicker* Webseite erhalten. Vor allem jene, die das Sportmagazin in ein reineres Licht rücken. Wolfgang Stark hielt es beispielsweise für nötig sich der Kritik in einem Interview zu stellen.⁶² Als er in der Januar Ausgabe 2011 zum schlechtesten Schiedsrichter gewählt wurde, hieß es wörtlich: „Mit dem Ergebnis löste er „Seriensieger“ Babak Rafati ab. Beim 41-Jährigen selbst leitete die Umfrage ein Umdenken ein.“⁶ Der *Kicker* sendet mit dem Wort „Seriensieger“ einen weiteren Hieb Richtung Rafati. Ferner machen sie am Rande darauf aufmerksam, dass Rafati sich nie zu diesen Umfragen geäußert hat. Mit dem Wort „Umdenken“ stellen sie sich sogar noch als Heilsbringer des deutschen Fußball-Schiedsrichterwesens dar. Die viel wichtigere Frage, die sich stellt ist, warum Wolfgang Stark sich überhaupt zu diesem Thema geäußert hat. Schiedsrichter arbeiten im Sinne des DFB, das heißt, dass der Schiedsrichter gemeinhin nicht jedes Interview vorbehaltlos annehmen darf. Die Schiedsrichter-Kommission ist sehr um die Objektivität in ihrer Außendarstellung bemüht. Ein falsches Wort könnte das allgemeine Bild des unparteiischen Schiedsrichters zerstören. Schiedsrichter suchen nach den Spielen kommentarlos zuallererst ihre Kabinen auf, wo sie Rücksprache mit ihren Vorgesetzten halten, ehe sie sich den Kameras stellen. Selbst der Wortlaut stammt meist vom DFB. Die Lehren gezogen haben sie aus der Meisterschaft 2001 für die Bayern, die in letzter Sekunde durch ein indirektes Freistoßtor den Schalkern die Meisterschale wegnahmen. Auf die Frage, ob der Freistoß überhaupt gerechtfertigt war, antwortete Schiedsrichter Markus Merk

⁶⁰ Kicker Sportmagazin Nr. 2/2010 vom 4. Januar 2010, S. 9. und Kicker Sportmagazin Nr. 2/2011 vom 3. Januar 2011, S. 9,

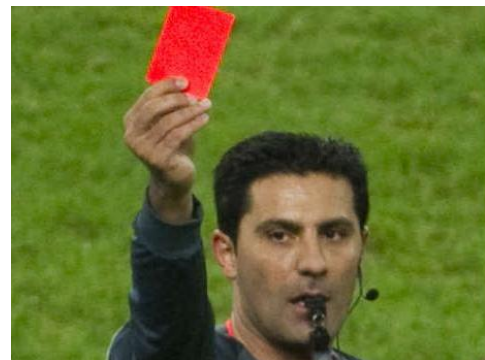
⁶¹ <http://www.spoX.com/de/sport/fussball/bundesliga/1111/News/kicker-ueberdenkt-nach-suizidversuch-von-babak-rafati-umfragen-schlechtester-schiedsrichter.html>

⁶² http://www.kicker.de/news/fussball/bundesliga/startseite/547161/artikel_Stark-stellt-sich-der-Kritik.html

spontan:“ *„Ich habe den Schock in Schobers (Freistoßverursacher, Anm. d. Verfassers) Gesicht gesehen. Er wusste, dass er einen Bock geschossen hat. Dass die Schalker eine andere Auffassung haben, nehme ich ihnen nicht übel.“*⁶³ Zudem erwähnte er fatalerweise, dass die Schalker die Meisterschaft einen Spieltag zuvor gegen Stuttgart verspielt hätten, denn hätten sie dort gewonnen, wären die Bayern rechnerisch chancenlos auf den Titel gewesen. In der Folge piff Schiedsrichter Dr. Markus Merk nie wieder ein Spiel auf Schalke. Folglich ist es undenkbar, dass Stark aus freien Stücken dieses Interview mit dem *Kicker* führte. Vielmehr war es Kalkül des DFB, sich der Macht der Medien zu ergeben. Man versuchte also über die Medien, die Massen für die Schiedsrichter wieder zu sensibilisieren und Menschlichkeit zu zeigen, natürlich auch weil Rafati sich nie äußerte und die Welle dieser Umfragen immer größer wurde.

Auch die *BILD* verfolgte genauestens diese Umfragen und titelte in der Folge unter anderem mit: *„Babak Rafati zum schlechtesten Schiedsrichter gewählt“*⁶⁴. In vielen weiteren Spielberichten fielen oftmals hämische Sätze wie: *„Schiri Babak Rafati (39) war der Aufreger des Tages!“*⁶⁵. Fast immer verwies die *BILD* auch auf die Umfragen des *Kickers*, mit Aussagen wie: *„Fakt ist, dass Rafati, der von den Profis Jahr für Jahr in die Kategorie „schlechteste Schiedsrichter“ eingestuft wird, sicher kein Pauli-Freund war.“*⁶⁶

Betrachten wir aber den Artikel der *BILD*, über die Bundesliga Umfrage des *Kickers*.⁸ Der Titel ist zunächst sachlich und schlicht gewählt, während das Bild viel mehr eine Aussage trifft. Rafati zeigt in diesem Titelbild dem Leser förmlich die Rote Karte. Man hätte viele weitere Bilder wählen können, in denen Rafati beispielsweise einem Spieler die Rote Karte zeigt oder ähnliches, doch dieses Bild ist aussagekräftig und provoziert den sportbegeisterten Leser, dem diese Rote Karte ins Gesicht gezeigt wird.



Titelbild zu den Umfragen mit Babak Rafati - www.bild.de

Der Unterschied in der Sättigung der Kartenfarbe und Rafatis Gesicht lässt darauf schließen, dass das Bild nachbearbeitet wurde. Die Pixelfehler auf der Karte lassen vermuten, dass die Karte im Original womöglich gar nicht rot war, sondern gelb. Offenbar beharrte die

⁶³ <http://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/fc-schalke-04/article13379903/Nach-4-38-Minuten-war-Schalkes-Meisterparty-beendet.html>

⁶⁴ <http://www.bild.de/sport/fussball/der-schlechteste-schiedsrichter-schiri-10996218.bild.html>

⁶⁵ <http://www.bild.de/sport/fussball/mainz-sauer-auf-dieses-rot-11650036.bild.html>

⁶⁶ <http://www.bild.de/sport/fussball/rot-zoff-elfer-aerger-schiri-rafati-redet-muell-15033210.bild.html>

Redaktion auf dieses Bild. Es gibt viele weitere Rafati-Bilder, auch mit roter Karte abgebildet, doch dieses schien ungemein wichtig. Er zeigt sie nämlich frontal dem Leser. Jeder Freizeit Fußballspieler, also quasi die Zielgruppe des *Kickers*, kennt die Verbitterung um diesen Anblick wenn, der „Schiri“ einem, möglicherweise zu Unrecht, die Rote Karte zeigt. Man stimmt den Leser geradezu auf eine Genugtuung ein, die folgen soll. Denn gleich im ersten Absatz heißt es sprichwörtlich „*Auf diesen Schiri pfeifen die Spieler!*“. Dem Ärger wird sprichwörtlich auf beleidigender Ebene freien Lauf gelassen. Weiter wird die Frage gestellt „*Warum mag keiner Schiri Rafati?*“. Diese Frage spricht auf einen Kernpunkt meiner Bachelorarbeit an. Denn mit dieser Frage wird pro forma festgelegt, dass dem wirklich so ist. Dem Leser wird suggeriert, dass niemand Rafati mag. Die Frage, *ob* niemand Rafati mag stellt sich erst gar nicht. Ist dem denn wirklich so? Die Frage, warum keiner Rafati mag ist letztlich vielmehr eine Aussage und eine Feststellung seitens der *BILD*-Redaktion. Ein Beispiel hierzu wäre die Frage „Wie krank ist Obama wirklich?“. Es gibt demnach keinen Zweifel daran, dass er krank ist. Kaum ein Leser wird daran zweifeln, immerhin weiß es die *BILD*. Genauso wenig wird vom Leser reflektiert, ob Rafati jemals für eine gute Schiedsrichterleistung gelobt wurde. Wie eingangs erwähnt lobte ja Herbert Fandel einst Rafati, der seinen Stil als klar und resolut bezeichnete. Worte, die bei solch einem Artikel schnell in Vergessenheit geraten. Zu guter Letzt schreibt die *BILD* in ihrem kurzen aber prägnanten Artikel: „*Rafati, in der Hinrunde mit einem BILD-Notenschnitt von 3,71, war für eine Stellungnahme nicht zu erreichen.*“ Zugegeben, beim Lesen dieses Satzes war mein persönlicher erster Gedanke natürlich, dass die *BILD* Redaktion schnell zum Handy griff und die Nummer unter dem Kontakt ‚Babak Rafati‘ wählte. Bestenfalls rief man zwölf Mal an, ehe man aufgab und feststellte, dass Rafati ein sturer und schlechter Verlierer ist. Für eine Stellungnahme nicht zu erreichen zu sein, löst bei den meisten Lesern genau diesen Gedanken aus. Ich arbeite bei einem Sportsender und weiß aus eigener Erfahrung, dass der einzige Weg zu Stellungnahmen mit Schiedsrichtern, Spielern und Vereinen nur über die jeweiligen Pressestellen läuft. Selbstverständlich liegen persönliche oder dienstliche Telefonnummern, insbesondere von Schiedsrichtern, die solch einen sensiblen Job ausführen, redaktionell nicht vor. Der Artikel stammt vom 04. Januar 2010. So kurz nach Neujahr ist es selbst für die DFB Pressestelle schwierig, Babak Rafati mitten in der Winterpause zu einem Interview zu bewegen, geschweige denn in seinem gesetzten Urlaub zu erreichen. In dem Zeitrahmen dieses Artikels war nicht einmal Bundesligabetrieb, weswegen die Erreichbarkeit der DFB Pressestelle schon zu hinterfragen wäre, genauso wie die Frage, ob denn überhaupt versucht wurde jemanden zu erreichen. Wenn der Wortlaut in dem Artikel heißen würde, dass der DFB

und Rafati, während der bundesligafreien Zeit nicht erreichbar waren, klänge es eben auch viel neutraler und unbewertender, als das man für eine Stellungnahme nicht erreichbar war. Doch Neutralität ist eben nicht meinungsbildend.

Richtigerweise müsste der abschließende Satz in diesem Artikel schließlich heißen, dass Rafati nicht die Möglichkeit gehabt hat, dazu Stellung zu beziehen. Die Annahme bleibt also weiterhin bestehen, dass die Spieler auf diesen Schiedsrichter, der einem gerade die Rote Karte zeigt und den „*keiner mag*“ „*pfeifen*“ und dieser nicht einmal den Anstand und die Courage hat, dazu Stellung zu beziehen.

Rafati redet von systematischem Mobbing. Beim Lesen solcher Artikel wird dieses deutlich, doch bezieht Rafati die Anschuldigungen nicht wie erwähnt auf die Medien, sondern auf Verantwortliche aus dem eigenen Haus. Selbstverständlich könnte man meinen, dass Rafati sich einfach nichts aus Presse und Titel macht und das Mobbing seitens DFB tatsächlich geschah. Klar ist aber auch, dass Rafati seine Biographie wohl kaum publizieren könnte, wenn er mediale Anstalten mit dieser Schärfe kritisieren und verantwortlich machen würde. Tatsächlich äußerte sich Rafati niemals zu irgendwelchen Pressemeldungen über seine Person und seine Arbeit.

Es ist Donnerstag der 21. März 2013. Auf dem *Studio Hamburg* Gelände beginnt jeden Augenblick die Liveaufzeichnung zur Talksendung *Beckmann*, aus dem Studio 12 zum Thema „Depressionen“. Zu Gast ist Ex DFB-Schiedsrichter Babak Rafati. Es ist sein erster TV-Auftritt seit seinem Suizidversuch. Wie gewöhnlich, assistiere ich meinem Kameramann und verfolge dabei die Sendung. Natürlich mit vielen großen Erwartungen, wie viele weitere Zuschauer in Deutschland, was das Thema und den Hauptgast betrifft. Knapp 2 Stunden später beginnen wir mit dem Abbau der Sendung und mir ging eine Ausführung Rafatis nicht aus dem Kopf. Rafati und Moderator der gleichnamigen Talksendung Reinhold Beckmann sprachen über die Biographie. Rafati schilderte in diesem Zusammenhang, was an dem Abend im Hotel vorgefallen war. Dabei betonte er eindringlich das Herbert Fandel, Chef der Schiedsrichter-Kommission, gesagt haben soll: *“Jeder darf Fehler machen, nur du nicht, Babak.”* Daraufhin offenbarte Rafati, dass ihn dieser Satz bis ins Hotelzimmer verfolgt habe, bis in die Badewanne.⁶⁷

⁶⁷ <http://bgee.ru/video/JN9qKd2eEKM/ARD-Beckmann-Leben-mit-Depressionen.html> (**komplette Sendung**)

Bei der Regiebesprechung vor der Sendung, zu der alle Kameramänner, Regisseure Bildmischer, Sende- und Bildtechniker und Assistenten obligatorisch anwesend waren, hieß es, dass Rafati angeblich „nah am Wasser“ gebaut sei und man bei emotionalen Ausbrüchen „unbedingt draufhalten“ soll. Abgesehen von der Pietätlosigkeit dieser Regie-Anweisung, blieben jene emotionalen Reaktionen an diesem Abend komplett aus. Rafati wirkte sehr rational. Während der Sendung wurde hauptsächlich aus seinem Buch zitiert und über selbiges gesprochen. Die Anschuldigungen häuften sich im Laufe der Sendung. Personen aus dem öffentlichen Leben, wie Herbert Fandel und Helmut Krug wurden persönlich angegriffen, indem Ihnen eine Teilschuld an diesem Suizidversuch zugesprochen wurde. Selbstverständlich berichteten die Zeitungen über diesen Auftritt Rafatis am Folgetag, auf allen Plattformen. Im Fokus gerieten DFB Offizielle, allen voran Herbert Fandel. Heimlicher Star der Posse war die Biografie „*Babak Rafati – Ich pfeife auf den Tod!*“.⁶⁸ Doch dem Aufsehen auf die Schliche kamen unter anderem Redaktionen, wie der *Welt*. Denn noch vor der Beckmann Sendung wurde Rafatis plötzliche mediale Präsenz (Rafati gab im Vorfeld mehrere Interviews, unter anderem mit dem *Stern*) in einem Online-Artikel der *Welt* kritisch betrachtet.⁶⁹ Dort warf man Babak Rafati sogar vor, mit „*merkwürdigen Anschuldigungen den Verkauf seines Buches anzuheizen.*“ Man geht sogar einen Schritt weiter und stellt fest, dass der Gegenschlag Rafatis ein Fehler war.

„Nun kommt dieser Tage sein Buch auf den Markt. „Ich pfeife auf den Tod“ heißt es, und es soll "zum ersten Mal Antworten" geben, die "alle Menschen betreffen, die unter extremen Leistungsdruck, Mobbing und Erschöpfung leiden". Das ist im Prinzip ein legitimes, ein löbliches Ansinnen. Leider scheint es Rafati nicht nur darum zu gehen, anderen Betroffenen durch seine Erfahrungen zu helfen. Denn kaum nähert sich der Veröffentlichungstermin seines Werkes, bricht er sein Schweigen und teilt kräftig aus.“

Deutet der Artikel auf den TV-Auftritt Rafatis hin.

„Rafati berichtet von der ungeheuren Drucksituation, wie es ihm die Beine wegzog, als er als Fifa-Referee abgesetzt wurde und von der Angst, mit Fandel zu telefonieren: "Eine irrsinnige Belastungssituation" sei das gewesen. Ähnliches wird er am Donnerstag in der Talkshow von Reinhold Beckmann berichten.“

⁶⁸ <http://www.randomhouse.de/Buch/Ich-pfeife-auf-den-Tod-Wie-mich-der-Fussball-fast-das-Leben-kostete/Babak-Rafati/e429073.rhd>

⁶⁹ <http://www.welt.de/sport/fussball/article114635866/Warum-Babak-Rafatis-Gegenschlag-ein-Fehler-war.html>

Heißt es weiter. Die Welt weist ebenso darauf hin wie schwerwiegend die Aussagen Rafatis sind:

„Fandels Aufgabe war und ist es, die Leistungen der deutschen Spitzenschiedsrichter zu bewerten. Ob er dabei immer feinfühlig vorgegangen ist, wissen wir nicht. Dass er durch seine Art Leute in den Suizid treibt, ist allerdings ein harter Vorwurf.“

Dass diese Aussagen tatsächlich bestürzend bei Herbert Fandel ankamen, beteuerte er in einer ersten Stellungnahme mit der Nachrichtenagentur dpa: *„Die Sichtweise und die Vorwürfe von Babak Rafati kann ich in keinsten Weise nachvollziehen, und sie schockieren mich. Zu keinem Zeitpunkt hatte ich Kenntnis über sein seelisches Krankheitsbild.“* Zudem meinte Fandel in einem Stern Interview, dass ihn die Vorwürfe *„emotional sehr“* treffen würden.⁷⁰

Wie viel Gehalt steckt nun hinter dem TV-Auftritt und wie viel Wahrheit in der Biographie. Fakt ist, dass Rafati einen Beruf in einer knallharten Welt ausgeübt hat, in der kein Platz für Schwäche ist. Spieler, Trainer, Vereine und auch Schiedsrichter werden auf höchstem sportlichem Niveau bewertet. Dabei fließen Millionensummen zwischen den Konten der Macher, die größten Wert darauf legen, dass Fehlentscheidungen keinen maßgeblich negativen Einfluss auf diese Gelder bzw. den Erfolg haben. Doch wo Menschen werken, entstehen auch Fehler und eben Fehlentscheidungen. Kein Wunder, dass eben dieser Druck, der auf Spieler und Verantwortliche herrscht, enorm ist. Diesem Druck war Rafati augenscheinlich nicht gewachsen. Wir haben uns gefragt, woher dieser Druck stammte und konnten letztlich nur vermuten welchen Beitrag die Medien, in diesem Fall der *Kicker* und die *BILD*, leisteten. Rafati selbst gab in dem Gespräch mit Reinhold Beckmann zu, mit Spielern über die mediale Kritik gesprochen zu haben, was darauf schließen lässt, dass es eben nicht spurlos an ihm vorbei ging. Rafati wählte letztlich eben auch den medialen Weg aus um zum Gegenschlag auszuholen. Seine Methode war es eine Biographie zu schreiben und öffentlich mit Anschuldigungen die Publikation auszudehnen. Die *Welt* hingegen konnte genau in diesem Punkt ein gewisses Muster erkennen.

„Offenbar scheint es mittlerweile das gängige Krisenprozedere zu sein: Wem heutzutage etwas Schlimmes zustößt, wen das Schicksal beutelt, und wem das Leben übel mitspielt, der schreibt ein Buch darüber. Jedenfalls, wenn derjenige halbwegs prominent ist. Denn wenn schon alles Mist ist, dann wenigstens gut bezahlt.“

⁷⁰ <http://www.welt.de/sport/article114578342/Kaelte-und-Unerbittlichkeit-Rafati-greift-DFB-an.html>

Wettermoderator Jörg Kachelmann schlug in "Recht und Gerechtigkeit" gegen seine Kritiker zurück. Miriam Meckel ("Deutschlands jüngste Professorin") verarbeitete ihren Burn-out in "Brief an mein Leben". Und Sebastian Deisler gewährte in "Zurück ins Leben" einen Einblick in seine Depressionen.

Nun also auch Babak Rafati. Menschen, die nicht tief in der Fußballszene verwurzelt sind, werden ihn kaum kennen. Höchstens bei den Stichwörtern "Schiedsrichter" und "Suizidversuch" klingelt etwas.“

Zu Rafati gilt es schlussendlich nur noch auf den Kreislauf aufmerksam zu machen, den ich eingangs erwähnte. Der Wortlaut aus dem letzten Absatz des *Welt* Artikels untermalt meine These treffend:

„Es ist traurig, dass Rafati damals für sich keinen anderen Ausweg sah, als seinem Leben ein Ende zu setzen. Und es ist schön, dass es ihm heute besser geht. Ob es allerdings nötig war, mit einem Buch zum Gegenschlag auszuholen, steht auf einem anderen Blatt. Letztendlich bedient er sich eines Mittels, das er selbst anprangert.“

MEINUNGSBILDUNG UND MANIPULATION IN GESELLSCHAFTLICHEN THEMEN

Medienmacht in der Gesellschaft - *Wahren von Klischees und Glaubenssätzen*

Im Juni 2008 traf ich mich mit meiner damaligen Fußballmannschaft zu einem Punktspiel in Hamburg, Farmsen. Vergeblich warteten wir auf Dennis⁷¹, der nicht auftauchte und auch auf dem Mobiltelefon unerreichbar war. Wir spielten das Punktspiel ohne ihn. Nach der Partie erfuhren wir zu unserem Entsetzen, dass Dennis nach einem Autounfall im Koma lag. Er prallte an einen Bus, fuhr anschließend weiter und kollidierte mit einem Zaun. Schnell wurde uns klar, dass unser Freund Dennis, der zuckerkrank ist, wohlmöglich nach einem Schock die Kontrolle über sein Fahrzeug verlor. Auch von seinen Eltern im Krankenhaus und über unsere vereinseigene Homepage wurden die Umstände so bestätigt.

Knapp 4 Monate später sah ich Dennis genesen in unserem Vereinsheim wieder. Lebensfroh wie immer und mit viel Galgenhumor, berichtete er von seinen Erfahrungen aus dem Koma und erklärte nochmal, wie es zu dem Unfall kam. Tatsächlich waren es die Folgen eines Schocks, erinnern tut er sich selbstverständlich nicht mit einem Bus kollidiert und anschließend weitergefahren zu sein. Im Nachhinein konnte er über den Tathergang schmunzeln, vor allem weil niemand verletzt wurde. Worüber er überhaupt nicht schmunzeln konnte, waren die Zeitungartikel, die über diesen Unfall berichtet wurden. Insbesondere

⁷¹ Name geändert

BILD-Hamburg berichtete über Dennis in pietätloser Weise. Ihrem Artikel schildern sie, dass ein Jugendlicher nach einem Unfall Fahrerflucht begehen wollte und bei dem Versuch in einen Zaun prallte. Sie sprachen hämisch von „Karma“ was den Unfallfahrer heimsuchte. Auch andere Zeitungen berichteten mit ähnlichem Wortlaut. Sämtliche Titel lauteten Sinngemäß „Jugendlicher nach Fahrerflucht im Koma“. Dennis kam nach dem Aufwachen aus dem Koma, nicht um das Lesen dieser Artikel herum, denn seine Eltern klagten gegen die Verleger vergeblich. Der Ausgang ist mir nicht mehr genau bekannt, ich weiß nur, dass sämtliche Berichte aus dem Internet gelöscht wurden. Berichte unter denen, in den Leserkommentaren Sachen zu lesen waren, wie: „*Geschieht ihm Recht dem Raser...*“.

„*Zeitungen halt*“, meinte Dennis damals und konnte es zumindest gelassen sehen. 7 Jahre später stellt sich mir nach wie vor die Frage, warum Zeitungen trotz Berichte von der Polizei solche Schlagzeilen rausbringen.

Die Vermutung liegt nahe, dass Schlagzeilen mit emotionalen Wörtern behaftet, wie „*Fahrerflucht*“ und „*Karma*“, gewinnbringender sind, als die einfache Darstellung des Sachverhaltes. Man hatte die Wahl zwischen Tragik und Sensation und entschied sich für Letzteres.

Besonders in gesellschaftlichen Themen spielen Klischees eine große Rolle, in den Handlungen der Medien. Das Wahren und Pflegen dieser Klischees scheint den Zeitungen, als eine Art *Setting* von Kulturen, von enormer Wichtigkeit zu sein.

Es gilt nun die Methoden der Zeitschriften, hinlänglich ihrer Klischees, aufzuklären und zu untersuchen. In dem Fall von Dennis spielt man ganz klar auf das Klischee des leichtsinnigen jungen Menschen und setzt präzise entsprechende Signalwörter. Es ging demnach nicht um den 24 jährigen Dennis, sondern um einen „*Jugendlichen*“, der nicht in einen Bus gefahren, sondern „*gerast*“ ist und probierte „*Fahrerflucht*“ zu begehen.

Selbstverständlich passieren schlimme Unfälle in Deutschland, meist auch auf Grund der Leichtsinngigkeit von jungen Fahrern. In dieses Raster fiel auch Dennis 2008, doch allein diese Tatsache sollte nicht reichen, um so über diese Situation zu berichten.

Eine weitere Methode der Medien ist es durch Bilder, Emotionen zu wecken. Vergleichen wir zunächst, bevor wir auf die Geschichte dahinter eingehen, folgende zwei Darstellungen:



Mutmaßliche Drahtzieher der Anschläge vom 11.09.2001 -
arbeiterfotografie.com



Abou-Chaker Clan - images.rapgenius.com

Links sehen wir eines der berühmtesten Bilder des 21. Jahrhunderts. Ohne ein Wort dazu erwähnen zu müssen, weiß man bei dem Anblick der Gesichter, um welches Ereignis es sich handelt. Rechts sehen wir ein Bild, welches vom *Spiegel* veröffentlicht wurde. Es handelt sich bei den Personen um eine organisierte, (klein-)kriminelle Bande aus Berlin, dem in der Presse betitelten „Abou-Chaker-Clan“. Berühmtheit erlangten sie vor allem auch, weil sie Inhaber des Plattenlabels „ersguterjunge“ von Gangster Rapper *Bushido* sind. *Bushido* taucht in der Darstellung des *Spiegels* ebenso mit seinem gebürtigen Namen Änis Ferchihi auf (unten links). Ganz bewusst wählte der *Spiegel*, in ihrer Tv Sendung *Spiegel-TV* vom 9. Oktober 2013 diese Darstellung aus, denn sie löst beim Zuseher ähnliche Emotionen der Bedrohung aus, wie bei den Drahtziehern vom 11. September 2001. Nicht umsonst versuchte *RTL* mit ihrem Format den Rapper *Kay One*, bekennender „Aussteiger“ des Clans, zu promoten, da er Jury-Mitglied der Sendung „Deutschland sucht den Superstar“ werden sollte. Kurz vor dem Start von *DSDS* war Kay One zu Gast bei *Spiegel-TV* und sollte erstmals über die vermeintlich bösen Machenschaften des Clans berichten. Mit kräftiger Unterstützung der Redaktion. Diese beiden Gruppierungen, nämlich das Terrornetzwerk Al-Qaida und die Abou-Chaker Familie zu vergleichen, wäre vermessen, immerhin handelt es sich bei dem Abou-Chaker Clan „nur“ um Kleinkriminelle. Wörtlich zieht man selbstverständlich nicht derartige vergleiche, bildlich schon. Denn aus etlichen öffentlichen Bildern der Clans-Mitglieder wählte man zufällig das aus, dass an Kriegsverbrecher und Mörder erinnert.

Es gilt nun in den folgenden Fallbeispielen auf die Methoden, wie das setzen von Bildern und Signalwörtern, aufmerksam zu machen und die Manipulation dahinter zu erklären. Ebenso geht es darum auf die Klischees aufmerksam zu machen, die gewahrt werden sollen.

RTL Explosiv - Auf der Gamescom 2011

„...Und ganz am Ende haben wir auch die drei Jungs mit den Spielzeuggewehren wiedergetroffen. Das Bier ins inzwischen alle. Bei 30 Grad im Schatten haben sie unter ihren Verkleidungen ganz ordentlich geschwitzt. Das sieht man und riechen kann man es auch. Und ein Mädchen haben sie hier heute auch noch nicht kennengelernt. Und es könnte sein, dass das alles irgendwie zusammenhängt.“

Dies waren die Schlussworte eines Beitrags von *RTL Explosiv*, vom 19. August 2011.⁷² In diesem Beitrag begleiteten Reporter eine junge Studentin auf der Spiele-Messe, der *Gamescom 2011* in Köln, um Eindrücke von vor Ort zu sammeln.

Der Beitrag sorgte im Anschluss im Internet für großes Aufsehen, da er sehr beleidigend und diffamierend in seiner Darstellung war. Bereits in der Beitragsankündigung sprach *RTL*-Moderatorin Nazan Eckes von „*komischen Gestalten*“, denen man begegnete. Im Beitrag selbst hört man präzisere Beschreibungen von den Messe Teilnehmern. Ich schrieb zunächst alle beschreibenden Textzeilen heraus, ehe ich versuchte aus diesen Wörtern einen Fließtext zu gestalten. Tatsächlich ergibt sich aus den im Beitrag verwendeten Wörtern folgendes Bild:

Ein buntes was-auch-immer tragender Freak bzw. Nerd, der introvertiert ist und nicht gerne das Bad aufsucht. Er gehört der Schlabber-T-Shirt Fraktion an und trägt somit schlabber Klamotten, die manchmal streng riechen. Er ist unrasiert und legt nicht viel Wert auf sein Äußeres und achtet ebenso wenig darauf. Er läuft also im Computerspiele-Einheitslook herum, ist süchtig, trinkt Bier, schwitzt und riecht deswegen. Darüber hinaus lernt er keine Mädchen kennen und hat somit keine Freundin.

Diese Wörter fielen, teilweise im Off, teilweise aber auch direkt an die Messe Teilnehmer gerichtet. Dabei schwenkte die Kamera über die Menschenmassen. Man sieht also deren Gesichter, während man sie im Off beschreibt. In einem Ausschnitt hieß es: „...*Irgendwann in seinem Leben steht jeder pubertierender Junge vor der Frage: kaufe ich von meinem Taschengeld einen Rasierapparat, oder doch lieber ein Computerspiel? Wenn man sich da*

⁷² http://www.lookii.at/Lookii+Videos+Herablassender+RTL+Bericht+zur+Gamescom+2011-video_125.html

falsch entscheidet, landet man hier...“ Man assoziiert demnach, beim Ansehen dieser Bilder und Wörter, automatisch diese Personengruppe mit vermeintlich ungepflegten Menschen. Bei der Messe wurde das Publikum tatsächlich mit Fragen und Aussagen konfrontiert, wie folgende:

„Geht ihr auch so in die örtliche Sparkasse?“ – „Erzähl mir doch mal, wie viel du am Tag Computer spielst?“ – „Wie viel Gedanken machst du dir um dein Styling?“ – „Hast du eine Freundin?“ – „Warum nicht?“ – „Seine Haare sind länger als meine.“ (Festgestellt von der langhaarigen Studentin) – *„Er hat diese typischen Schlabbersachen und ist unrasiert und sowas alles.“ – „Ich glaube er legt jetzt nicht so viel Wert auf sein Äußeres.“*

In dem Zusammenschnitt fielen die Antworten der verletzlich wirkenden Befragten bescheiden aus. Man sei zu schüchtern, hieß die Antwort auf die Frage warum man keine Freundin hat. *„Es sei ja nur eine Jugendphase“*, antwortete ein Gamescom-Teilnehmer reflektierend.

Die Methoden, beim Zusammenstellen dieses Beitrages sind deutlich. Die beschreibenden Signalwörter übertreten keine Grenze, sind aber auf subtile Weise beleidigend. Es heißt nicht „Er stinkt“, sondern „Er riecht streng“, ebenso wenig heißt es „Er ist ungepflegt“, sondern „Er ist unrasiert“. Das endgültige Urteil wird dem Zuschauer überlassen, dem faktisch keine andere Möglichkeit bleibt, als zu denken, dass Computerspieler stinken. Zudem werden Fragen gestellt, die unterscheiden sollen zwischen „normal“ und „unnormal“. Die Frage nach einer Freundin, hat in erster Linie doch gar nichts mit einer Games-Convention zu tun. Es geht um Computerspiele und nicht um Mädchen. Gezielt wurde eine vermeintliche Schwäche ausgesucht und angesprochen. RTL suggeriert den Eindruck, dass es unnatürlich und absonderlich ist, als Jugendlicher keine Freundin zu haben. RTL bestimmt hier die Norm. Immerhin heißt es in dem Beitrag, der Auftritt der Besucher wäre *„...merkwürdig, aber nur für uns Außenstehende...“*, *„für diese Gamescom-Besucher ist das alles völlig normal“*. Mit dem kleinen aber prägnanten Wort „uns“ zieht der Beitragsmacher deutlich eine Linie zwischen „normal“ und „unnormal“, vielmehr noch zwischen „uns“ und „denen“. Nun kann der Zuschauer selbst entscheiden, ob er normal sein möchte mit dem Kauf eines „Rasierapparates“, oder unnormal mit dem Kauf eines „Computerspiels“. Es geht um Zugehörigkeiten. Diese Signalwörter manipulieren latent die Denkweise des Zuschauers.

Die Kamera- und Bildeinstellungen machen im Zusammenspiel mit dem Off-Ton die Hauptarbeit dieses Beitrages, nämlich die Kernaussagen und Urteile audiovisuell zu treffen.

Während die Kamera über das Publikum schwenkt und die Gesichter, Kleidung und schließlich auch scheinbare Anomalitäten, wie Barthaare und Mützen festhält, wird in der Off-Tonspur beschrieben und geurteilt, ohne dass der Betroffene sich dazu äußern kann. Vielmehr lächelt und winkt der Betroffene in die Kamera, als fände er es richtig und zutreffend. Beispielhaft hierfür sind die jungen Männer in Minute 1:43.



Besucher der Gamescom 2011 - RTL Explosiv

Auch signifikant zu den Bildern, ist die laufende Musik, die dem Beitrag untergelegt wurde. Es sind drei verschiedene Songs, die alle belustigend klingen, besonders der Song, der bei Minute 1:37 beginnt. Die Musik untermalt förmlich die unnormale Albernheit der Gamer und erinnert an die *Benny-Hill-Show* Titelmusik⁷³. Sie hinterlässt beim Zuseher den Eindruck, als dürfe man über das Gesehene Lachen, als wäre es Spaß. Man verliert moralisches Gedankengut, welches dem Zuschauer, beim Sehen dieses Beitrages bestenfalls vermitteln sollte, dass das eine ungerechte, manipulierende und verfälschte Sichtweise ist, die *RTL* hier preisgibt.

Interessant sind auch die Bauchbinden, in denen der Beitragsmacher die Moderation,



Bauchbinde der Moderatorin Nazan Eckes



Bauchbinde der Reporterin Laura Da Silva

Reporterin und Interviewgäste tauft. Auffällig hier ist das Benennungskonzept. Während Moderatorin Nazan Eckes und Reporterin Laura Da Silva mit Vor- und Nachnamen benannt werden, werden die Interviewgäste schlichtweg, auf abschätziger Weise, nur mit Vornamen benannt, wie bei Kindern. Man stelle sich vor, es würde in der Bauchbinde unter unserer Bundeskanzlerin lediglich „Angela“, oder bei einem gefühlsbetonten Interview mit einem Menschen mit Behinderung, bloß „Ute“ stehen. Undenkbar, doch in diesem Beitrag durchaus

⁷³ <https://www.youtube.com/watch?v=MK6TXMsvgQg>



Bauchbinde vom Interviewgast Oliver

ein Mittel, um die Interviewpartner auf der *Gamescom* 2011 gar lächerlich aussehen zu lassen. Natürlich kann es auch sein, dass der Mensch seinen Nachnamen nicht veröffentlichen möchte, doch in dem Fall könnte man zumindest den

Anfangsbuchstaben des Nachnamens mit angeben, was die Seriosität des Menschen wahren würde.

Interessant sind auch die Berufsbezeichnungen bzw. Untertitel, die typisch für *RTL* Berichte sind. In diesen Bezeichnungen unter den Namen nehmen die Beitragsersteller nicht zu selten den Darsteller ‚auf die Schippe‘. *RTL* Formate sind förmlich berühmt für ihre diffamierenden Bauchbinden, wie in dem Beispiel aus dem Format *Mitten im LEBEN!* in dem Paul ‚vom eigenen Tischtennisschläger‘ träumt.

Selbstverständlich laufen bei solchen Dreharbeiten die Interviewpartner, die zufällig erwähnen, dass sie sich selten rasieren, viel mit Computerspielen



Bauchbinde aus dem *RTL* Format 'Mitten im LEBEN!'

beschäftigt sind und keine Freundin haben, nicht zielgenau auf die *RTL* Macher zu und geben ihnen in kürzester Zeit ihr Material. Das Produktionsteam verbrachte aller Voraussicht nach den ganzen Tag auf dem Areal und sammelte ein Pool aus Interviews und Bildern, um sich letztlich die passenden Worte für den Beitrag rauszusuchen und zurechtzuschneiden. Dafür spricht die Tatsache, dass viele Interviews, die bildlich zu vernehmen sind, nicht zu hören sind, da der Ton aus dem Off kommt. Bei Minute 01:50 sieht man einen Bart tragenden Besucher, der interviewt wird. Im Off spricht der Sprecher von der ‚Rasierapparat‘-Thematik. Man hört jedoch im Laufe des Beitrags nicht, was der Besucher sagt. Genauer betrachtet sieht man, wie der Besucher freundlich den Kopf schüttelt und verneint, bevor ein Schnitt auf zwei weitere Besucher kommt, die man nicht hört. Es bleibt letztlich nur eine Vermutung, dass die Antworten der Besucher nicht in die Thematik und der Darstellungsversuchen des Beitrages gepasst haben, denn sicherlich haben einige der Besucher der *Gamescom* eine Freundin, oder einen Rasierer. Vielleicht betonten auch die meisten, dass diese Fragen unverschämte seien und vom Sachverhalt gar nicht auf die Convention passen. Dennoch ist es ein Mittel der

Beitragsmacher, selbstverständlich nur die passenden Interviews in den Beitrag zu schneiden und den Rest zu verwerfen. So, wie auch Filme nun mal produziert werden. Man nimmt naturgemäß das beste Material. Was der Zuschauer nicht wissen soll, bleibt außen vor. So erzielt man ein Klischee, eine Verallgemeinerung einer Personengruppe. In dem Beitrag wird erwähnt, dass es sich bei der *Gamescom* in Köln um Europas größte Spiele-Messe handelt. Tatsächlich waren es laut *spiegel.de* über 275.000 Besucher.⁷⁴ Bei 3 Interviewpartnern, die erwähnen, dass sie keine Freundin haben und sich selten rasieren, einen Tenor der gesamten Messe getroffen zu haben, ist unwahrscheinlich und denkbar unwahr. Die Antwort vom Besucher Oliver, auf die Frage, wie viel Wert er auf sein Styling legt, haben sie erstaunlicherweise nicht rausgeschnitten. Sie lautete: „...*Ich bin so wie ich bin.*“. Dabei hätte man es belassen können.

„*Reine Provokation*“ nennt die multimediale Plattform *Giga*, die unter anderem einen eigenen TV-Sender besitzt, die Ziele der RTL-Produzenten mit solchen Beiträgen, in einem Online Artikel.⁷⁵

„*Der von RTL-Explosiv angestrebte, ethnologische Versuch “den Gamer an sich” zu kategorisieren ist jedoch nicht nur maßlos diffamierend (Stichwort “streng riechen”) und bisweilen ein gutes Stück jenseits der Grenze zum journalistischen Rufmord – es ist auch erschreckend, wie schlecht RTL recherchiert.*“

Heißt es in dem Artikel. Weiter wird für die Menschen hinter den Beiträgen Partei ergriffen mit den Worten:

„*Der Beitrag selbst zeigt dabei noch am besten, wie sehr sich RTL mit seiner Berichterstattung ins Abseits stellt. Der “schwerbewaffnete und maskierte” junge Mann, der gleich zu Beginn so schön suggestiv als tickende Amokzeitbombe dargestellt wird, ist zum Beispiel Altenpfleger. Wie fühlt sich wohl jemand, der einen der aufopferungsvollsten Berufe in unserem Land ausübt, sich dann in seiner Freizeit auf der gamescom mit Freunden trifft, nur um schließlich in aller Öffentlichkeit diffamiert zu werden?*“

Auch *Giga* ist die umsichtige Antwort von Oliver nicht entgangen, der auf sein Styling angesprochen wurde:

⁷⁴ <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/spieler-verspottet-rtl-entschuldigt-sich-fuer-gamescom-beitrag-a-782546.html#>

⁷⁵ <http://www.giga.de/events/gamescom-2013/news/rtl-explosiv-diffamiert-gamer-giga-findet-bei-rtl-stinkt-es-gewaltig/>

„Auf die Frage *“Machst du dir Gedanken über dein Styling?”* mit dem Satz *“Ich bin halt wie ich bin”* zu antworten, dürfte wahrscheinlich das reifste und selbstbewussteste Statement sein, welches man zu einer derartig beknackten Anmache entgegen kann. Und könnte bitte jemand mal RTL weitergeben, dass es sich einfach nicht gehört, sich vor laufender Kamera über Jemand lustig zu machen, der einfach nur schüchtern ist.“

Giga antwortete satirisch mit einem eigenen Beitrag.⁷⁶

Die Welle der Proteste äußerte sich nicht nur mit tausenden Beschwerdebriefen und Mails.⁷⁷ Auch die *Niedersächsische Landesmedienanstalt*, war laut *spiegel.de* am prüfen, ob der Beitrag gegen medienrechtliche Bestimmungen verstoßen habe. Selbstjustiz übten einige Hacker, indem sie die RTL Webseite am 25. August 2011 befielen und stilllegten.⁷⁸

RTL entschuldigte sich in der Folge kleinlaut über die eigene Webseite und auf Facebook. *„Die Verallgemeinerung und Überzeichnung des Beitrags war ein Fehler“*. Auch Beitragsmacher Tim Kickbusch lenkte ein und meinte, dass der Beitrag eigentlich hätte lustig werden sollen.⁷⁹ Letzten Endes entschuldigte man sich auch in der folgenden *RTL Explosiv* Sendung eine Woche später mit den Worten: *“Wenn wir Gefühle verletzt haben sollten, dann entschuldigen wir uns ausdrücklich dafür”*.

Die Niedersächsische Medienanstalt konnte nach der Prüfung des Beitrages, keine Verstöße gegen die Bestimmungen des Rundfunkvertrages feststellen, zeigte aber Verständnis für die Empörung der Betroffenen.⁸⁰ Sie verwiesen auf die Entschuldigung seitens des Senders und beließen es dabei. Auch RTL äußerte sich darüber hinaus nicht.

Die Gemüter beruhigten sich.

Ob dieser Beitrag den Eindruck über Gamer, die hier ausschließlich ein gemachtes Klischee erfüllen sollten, auch bei den Zusehern bestätigte und schlimmstenfalls mehr Menschen für dieses Bild gewann, bleibt leider zu befürchten.

⁷⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=z9ZaO74K42Q>

⁷⁷ <http://www.sueddeutsche.de/digital/nach-gamescom-bericht-bei-explosiv-erboste-gamer-kapern-rtl-website-1.1135021>

⁷⁸ http://www.dwdl.de/nachrichten/32536/gamer_hacken_rtlde_nach_diffamierendem_bericht/

⁷⁹ <http://www.taz.de/!77100/>

⁸⁰ <http://www.taz.de/!77100/>

Ansaar International e.V. – *Die Abrechnung*

Ähnlich reißerisch, wie in der Gamescom Reportage und nicht weniger harmlos in der Darstellung einer Personengruppe, geht es im folgenden Fallbeispiel zu.

Zum Opfer eines Beitrages wurde in diesem Fall, der islamisch geprägte Hilfsbund *Ansaar International e.V.*, der es sich, seit ihrer Gründung 2012 in Düsseldorf, zur Aufgabe machte notleidenden Menschen im In und Ausland, mittels Spendengelder zu helfen und zu unterstützen.⁸¹

Ansaar International e.V. bemüht sich derzeit, laut ihrer Internetseite, um Projekte in Spannungsgebieten, wie Syrien, Somalia, Marokko, Burma, Indonesien, Tschetschenien, Libanon, Afghanistan, Ghana, Palästina, Pattani und auch in Deutschland.

Es gibt viele religiös geprägte Hilfsorganisationen in Deutschland, wie das *Christliche Hilfswerk*, oder *IsraAid*. Doch keines erfüllt derzeit so sehr ein Klischee, oder könnte in ein entsprechendes Raster fallen, wie eine islamisch veranlagte Organisation. Diese werden in der heutigen Zeit gesondert betrachtet, egal welche Ziele sie verfolgen. Geschuldet der Tatsache, dass in den letzten Jahren viele terroristische Anschläge stattfanden, in denen sich die Drahtzieher auf den Islam bezogen. Ebenso spielt die Presse dem Ruf von Moslems bei. Bedenkt man wie wenig israelisches bzw. jüdisches, oder gar zionistisches Gedankengut kritisiert wird, trotz der Umstände in Palästina.

Nichtsdestotrotz existiert in Deutschland ein gewisses Bild über den Islam und deren Anhänger. Allein diese Tatsache liefert nahrhaften Boden für den folgenden Beitrag vom *Bayerischen Rundfunk (BR)*.

Wir betrachten einen Radio-Beitrag des *BR*.⁸² Diesen Beitrag kann man sowohl hören, als auch nachlesen auf dem verwiesenen Link.

⁸¹ <http://www.ansaarduesseldorf.com/>

⁸² <http://www.br.de/radio/b5-aktuell/sendungen/der-funkstreifzug/terrorismus-dschihad-finanzierung-100.html>

Der Beitrag stellt kritisch die Frage ob Spendengelder, die für Syrien gesammelt werden, den Terrorismus finanzieren. Zugegeben, eine berechtigte Frage, wenn es darum geht, wie transparent Spendenorganisationen arbeiten, besonders in Krisengebieten.

Der Radio Bericht ist knapp 20 Minuten lang. Wir beziehen uns hauptsächlich auf die Teile des Berichtes, die über den Hilfsbund *Ansaar International* urteilt. Speziell mustern wir die Signalwörter, Formulierungen und Bezüge, die der *BR* stellt. Ferner betrachten wir die Bilder, die einen prägenden Eindruck hinterlassen.

In der Einleitung wird erneut die Frage gestellt, wie der islamistische Terror finanziert wird. Im nächsten Satz heißt es, dass dieses „*offenbar auch aus Deutschland*“ geschieht. Mit dieser Aussage wird die Frage förmlich schon beantwortet. Der Leser ist nun darauf eingestimmt zu

lesen, welche Drahtzieher im Verdacht stehen und warum. Direkt unter der Einleitung kann man sich den Bericht mit einem Klick auf einem Hyperlink anhören. Die Verlinkung symbolisiert deutlich, was für ein Bild man vermitteln möchte. Zu sehen ist schemenhaft



ein verummter Mann mit Waffe in der Hand und Euro Münzen im Hintergrund. Direkt unter dem Hyperlink zum Radiobericht ist der Beitrag schriftlich, Wort für Wort nachzulesen.

Nach dem Hören des Berichtes bzw. Lesen des Beitrages wird deutlich: *Ansaar International* e.V. ist eine höchst fragwürdige Organisation, die vermutlich terroristisch veranlagt ist und Kriegsverbrechen mit Spendengeldern unterstützt.

Dieser Eindruck mag bei vielen Hörern und Lesern entstanden sein. Doch bevor wir auf die Darstellung und Methoden des *BR* eingehen, decken wir zunächst die „Wahrheit“ auf.

An *Ansaar International* ging diese Berichterstattung natürlich nicht vorbei. Sie erstellten eigens ein Video, welches sie *Die Abrechnung - Ansaar & die (Lügen) Presse* betitelten.⁸³ Mit diesem Video stellten sie ihre Sicht der Dinge, auf der Plattform YouTube dar. Sie zeigen dem Zuseher nicht nur die Wahrheit hinter den Anschuldigungen, sondern gleichzeitig auch die Methoden, die die Medien für ihre Berichterstattung nutzen.

⁸³ <http://youtu.be/Foni5rWMMAc>

In dem Video sitzt der Vorsitzende der Organisation Joel Kayser, der den islamischen Namen Abdurahman angenommen hat, in einer Bahn und sagt einleitend:

„Lieber Bayerischer Rundfunk, was ist passiert?“

Anschließend folgt ein Ausschnitt aus dem Radiobericht des BR, der besagt:

„Wir versuchen, mit den Betreibern der "Ansaar"-Sammelstellen in München Kontakt aufzunehmen. Es gibt eine Telefonnummer für "Brüder" und eine für "Schwestern". Mit Journalisten möchte dort allerdings niemand sprechen - und überhaupt, woher wir ihre Telefonnummer haben? Die steht im Internet. Sie seien eine Organisation wie das Deutsche Rote Kreuz. Muslime rufen an und kriegen dann die Kontonummer der Organisation. Ende des Gesprächs.“

Darauf entgegnet Abdurahman, dass tatsächlich eine Interviewanfrage einging, die allerdings angenommen wurde. Es wurde in den Studios des WDR ein Radiointerview aufgezeichnet, die sämtliche Fragen des Bayerischen Rundfunks beantworten sollte. Auch die Email Fragen zum



Screenshot des Email Verkehrs zwischen Ansaar und dem BR - youtube.de

Hilfsbund wurden dem BR fristgerecht beantwortet. Hierzu zeigt das Video sogar die Screenshots der Emails. Die Screenshots sind hier schwer zu lesen und werden

darum nur bildhaft in diese Arbeit übertragen. In dem

Email-Verkehr schreibt Joseph Roehmel vom Bayerischen Rundfunk am 21. Januar 2015 eine Fragestellung mit folgendem Inhalt:

„Sehr geehrte Damen und Herren,

im Internet sind wir auf Ihren Spendenaufruf zu Aleppo gestoßen. Welche Kooperationen mit welchen Behörden in Syrien sind notwendig, um ein solches Krankenhaus mit Spenden aus Deutschland zu finanzieren? Distanziert sich „Ansaar International“ vom Islamischen Staat?

Wir bitten um eine Stellungnahme per Mail bis zum Redaktionsschluss Donnerstag (12 Uhr)

Mit freundlichen Grüßen

Joseph Röhmel (Bayerischer Rundfunk)“

Zugegeben, die Fragen, die Joseph Röhmel, vertretend für den *Bayerischen Rundfunk*, stellt sind nicht unberechtigt und von großer Bedeutung. Immerhin ist Aleppo ein umkämpftes Gebiet, wo die Frage, in wessen Hand sich die Stadt befindet, ungeklärt ist.⁸⁴

Für die Beantwortung setzte der *Bayerische Rundfunk* eine Frist von knapp 22 Stunden. In Anbetracht der Tatsache, dass es sich um eine weitreichende Spendenorganisation handelt, bei der es logistisch schwierig sein kann, Emails innerhalb von 24 Stunden detailliert zu beantworten, liegt die Vermutung nahe, dass der *BR* darauf anspielte *Ansaar Int.* unter Druck zu setzen, bzw. darauf spekulierte, keine fristgerechte Antwort zu bekommen, um so begründen zu können, dass man für „Journalisten unterreichbar“ sei. Nichtsdestotrotz antwortete man am Morgen des 22. Januar fristgerecht mit folgenden Worten:

„Sehr geehrter Bayrischer Rundfunk,

wir finanzieren das Krankenhaus nicht nur aus Deutschland heraus mit monatlichen 9300 €, sondern sind selbst vor Ort. Das Krankenhaus ist 24 Stunden geöffnet und kostenlos für alle Bedürftigen. Es ist bereits in Betrieb (siehe Anhang).

Es gibt keine Behörden in den befreiten Gebieten, (ca. 60% Syriens) mit denen man kooperieren muß. Es gibt aber bereits Verwaltungen und Gerichte, wo unser Krankenhaus begrüßt wird.

Das was sie meinen, die Gemeinschaft IS, ist kein islamischer Staat (auch nach dem Konsens aller islamischer Gelehrter), wir distanzieren uns ausdrücklich von ihrem Handeln“.

a.kh.“

Diese Email sollte die Fragen des *BR* deutlich beantwortet haben. Insbesondere der Punkt, dass man sich vom Islamischen Staat nicht nur distanziert, sondern diesen erst gar nicht als solchen anerkennt.

Der *Bayerische Rundfunk* fragte am 22. Januar um 17:23 Uhr erneut nach weiteren Details:

„Sehr geehrte Damen und Herren,

ich habe noch einmal eine konkrete Nachfrage. Ich bitte um Beantwortung bis spätestens morgen um 9 Uhr.

⁸⁴ <http://www.tagesschau.de/ausland/angriff-aleppo-101.html>

1. Für was sammeln Sie Spenden?
2. Geht alles, was Sie sammeln, in Hilfsprojekte?

Mit freundlichen Grüßen

Joseph Röhmel (Bayerischer Rundfunk)“

Trotz der merklich knapperen Frist von etwa 16 Stunden, sind auch diese Fragen nicht unberechtigt. Nicht umsonst haben einige Hilfsorganisationen den Nachruf nicht transparent genug zu arbeiten. Die aufschlussreiche Antwort folgte noch am selben Abend von Abdurahman, dem Vorsitzenden, persönlich:

„Sehr geehrter Herr Roehmel,

wir haben 31 Projekte in 15 Ländern – die Frage ist ein wenig weitgefasst aber im Prinzip ist es muslimischen Sektor:

- Nothilfe (Lebensmittel & medizinische Versorgung),
- Bauprojekte (Waisenhäuser, Krankenhäuser, Witwen-Heime, Infrastruktur, Management der Einrichtungen, Schulbau, Moscheebau, Brunnenbau)

Aktuell ein neues Video aus dem Bereich Nothilfe: <https://youtube.com/watch?v=Y3GOdpe-Z5s>

Im Bereich Völkerverständigung:

- Kurdische Gebiete
- Obdachlose in Deutschland
- Christliche Dörfer in Syrien
- Jüdische Mitbürger / Vergangenheitsbewältigung

Aktuell ein neues Video aus dem Bereich Völkerverständigung:

<https://www.youtube.com/watch?v=mGCJQaxk7Sg&x-yt-ts=1421828030&x-yt-ct=84411374>

Zur Beantwortung ihrer nächsten Frage haben wir ihnen die Ansaar Infos angehängt. zum besseren Verständnis damals waren die monatlichen Kosten des Krankenhauses bei 7000 €. Diese sind durch eine Vergrößerung auf 9300 € gestiegen, seit dem wir auch eine Kinderklinik und Notaufnahme haben.

MFG

Kayser“

Auch diese Fragen beantworten *Ansaar Int.* detailliert und aufschlussreich. Ungefragt betonen sie ihre tolerante, aufgeschlossene Art gegenüber Andersgläubigen. Sie verweisen mit YouTube-Links und Anhängen auf ihre Arbeit und distanzieren sich, mit ihrem Verständnis von Völkerverständigung, wiederholt von Radikalen.

Offenbar war das nicht im Sinne des *BR* und ihrem Versuch, ein radikales Bild auf diese Hilfsorganisation zu werfen.

Abdurahman erinnert nach den Einblendungen der Screenshots an die Worte des *BR*, die da lauteten, dass mit Journalisten niemand sprechen möchte. Er bedauert, dass man seine Organisation als intransparent abstempeln wolle.

„Anhand des Bayerischen Rundfunks wollen wir euch mal zeigen, wie die Medien arbeiten.“, kündigt *Ansaar* nun an:

„Man stellt uns eine Interviewanfrage. Wir beantworten alles per Mail fristgerecht. Wir kommen sogar in die Fernsehstudios des WDR, um dort nochmal 50 Minuten ein Interview zu beantworten, bei Ihnen, Herr Röhmel. Kein einziger Satz von uns wird am Ende gedruckt. Nichts von uns wird am Ende im Radio ausgestrahlt.“

Tatsächlich geht der *Bayerische Rundfunk*, in ihrer Berichterstattung über dieses Thema, nicht auf die Emailantworten der *Ansaar Int.* ein. Stattdessen heißt es, dass man mit Journalisten nicht sprechen möchte und *Ansaar Int.* vermutlich mit der IS kooperiert und sie mit Spendengeldern „*offenbar*“ unterstützt. Auf der Suche nach der Wahrheit, um die es in dieser Bachelor Arbeit letztlich geht, muss man (leider) hinterfragen, ob die Emailantworten eventuell eine Fälschung sind. Es wäre jedenfalls eine Möglichkeit, um den nach dem Beitrag entstandenen, negativen Ruf zu bereinigen. Jedoch sprechen keinerlei Indizien, wie Bildbearbeitungsfehler oder ähnliches, dafür, für eine Fälschung. Spätestens nach dem von



Abdurahman im Tonstudio des WDR - youtube.de

Abdurahman erwähnten Interview beim *WDR*, welches seitens *Ansaar Int.* aus dem Tonstudio festgehalten wurde, sollte klar sein, dass man tatsächlich auf Journalisten und ihre Anfragen zugegangen ist. Denn Abdurahman zeigt diese Aufnahmen in dem YouTube-Video. In dem

Ausschnitt sieht man, wie Abdurahman den Fragen eines Journalisten Rede und Antwort steht. Er beantwortet die Fragen in gewohnter Manier präzise und ausführlich. Er beschreibt gründlich die Arbeit des *Ansaar Int.* Dabei erwähnt er auch das Motto der *Ansaar Int.* - „*Sehen wie die Spende ankommt*“ - und verweist dabei auf das YouTube-Konto, wo sämtliche Videos über Essenslieferungen, Waisenbetreuungen und so weiter, die dokumentarisch festgehalten wurden, hochgeladen wurden. „*Man sieht eigentlich den ganzen Werdegang seiner Spende von Deutschland aus bis hin ins Krisengebiet...*“, untermalt Abdurahman die Transparenz seiner Arbeit.

Das Dokumentieren per Video ist in Deutschland tatsächlich eine Seltenheit. Teilweise gehen diese Videos, so Abdurahman, stundenlang. Tatsächlich bietet *Ansaar Int.* hunderte von YouTube Videos in ihrem Kanal an.⁸⁵ Für Journalisten, die zumindest ihre Arbeit ernst nehmen, eine hervorragende Quelle der Recherche. Joseph Roehmel hätte unlängst aus diesen Dokumentationen erfahren können, mit wem *Ansaar* in Syrien kooperiert und wohin die Spendengelder fließen. Ebenso sind in den Referenzen der Internetseite aktuelle Bilanzen einzusehen.⁸⁶

Auch dieses Interview, welches Abdurahman aus örtlichen Gründen beim Schwestersender, dem *WDR* für Röhmel und dem *BR* antrat, wird in dem *BR*-Bericht nicht erwähnt.

„Anscheinend hat das nicht sensationellen Charakter, was wir da gesagt haben. Nein, vielmehr wird gelogen und über uns behauptet, wir wären zu keiner Stellungnahme bereit gewesen, um uns sozusagen den schwarzen Anstrich zu geben, um uns sozusagen in eine Ecke zu stellen, die mysteriös ist und es ist natürlich ohne Frage mysteriös, wenn eine der größten Hilfsorganisationen Deutschlands zu keinem Statement bereit wäre.“

Stellt Abdurahman reflektierend fest und trifft einen der Hauptkerne dieser Bachelorarbeit. Eine islamische Hilfsorganisation, die transparent arbeitet, sich von radikalem Gedankengut und deren Anhänger distanziert und darüber hinaus auch Wert auf Völkerverständigung zwischen allen Menschen und Religionen legt und bestens bemüht um ihre Außendarstellung ist, hat überhaupt keinen sensationellen Charakter. Es ist schlichtweg langweilig. Es passt nicht in ein Raster, in ein Klischee, was über Jahre hinweg medial erarbeitet und gewahrt wurde. Das Klischee und die vorherrschende Meinung über Muslime beschäftigt Abdurahman

⁸⁵ <https://www.youtube.com/user/AnsaarduesseldorfDE/featured>

⁸⁶ <http://www.ansaarduesseldorf.com/referenzen/>

nicht ausschließlich. Er ergreift auch Partei für andere Randgruppen, selbst jene, die vermeintlich rechtsradikaler Gesinnung sind:

„Wir wollen Leute da auch nicht ausschließen, die komplett anderer Meinung sind als wir. Sogar über die Pegida und über die HoGeSa wird gelogen was das Zeug hält. Was da geschrieben wird ist, denke ich, nach meinen eigenen Erfahrungen höchstens 10% Wahrheit, vermischt mit 90 % Lüge, um das Volk gegeneinander aufzuhetzen und am Ende irgendeinen Effekt zu erzielen.“

Um wen es sich bei den Hetzern und Effekthaschern handelt, meint Abdurahman auch errahnen zu können, um letztlich sein Urteil über die Presse zu fällen:

„Es wird halt geschrieben was der Geldgeber sagt und die Freie Presse scheint Geschichte zu sein.“

Lautet sein ernüchterndes Plädoyer.

Betrachten wir nun die Recherche und die Methodik in der Berichterstattung des BR.

Wir stellen fest, welches Material, welche Quellen dem BR über *Ansaar Int.* vorliegen. Zum einen, die **Internetpräsenz** der Organisation mit sämtlichen Informationen und Auskünften über deren Bestehen. Hierzu auch deren **YouTube Kanal** und die enthaltenen Dokumentationen, auch über Völkerverständigung. Darüber hinaus haben sie detaillierte **Emailantworten** und ein nachgewiesene, 50 Minuten lange **Radioaufzeichnung** mit dem Vorsitzenden der Organisation. Zudem kommt nun ein **Interview**, welches mit einem gewissen Ufuk, an einem Islam-Infostand in Regensburg aufgenommen wurde.

Es ist tatsächlich so, wie Abdurahman in seiner Stellungnahme äußerte. Denn aus allen Materialien, die dem BR vorlagen, hatte letztlich nur das Interview mit einem Mann, von dem wir nicht einmal erfahren, ob er der Organisation überhaupt zugehört, ansatzweise „sensationellen Charakter“.

Der *BR* stellt fest, dass an dem Infostand in Regensburg, Ufuk Korane verteilt. Ohne auf diese Aktion weiter einzugehen, reicht ein Screenshot von der Suchmaschine *Google*, um auf die mediale Brisanz dieser Handlung aufmerksam zu machen. Koranverteilungen sind in Deutschland nicht unumstritten. Bereits der erste Suchvorschlag bei *Google* lautet „Koranverteilung verbieten“. Es herrscht Angst in Deutschland. Angst vor Salafismus und Salafisten. Begriffe die ebenso mit Koranverteilung laut *Google*-Ergebnissen verbunden werden.

The screenshot shows a Google search interface. The search bar contains 'Koranverteilung'. Below the search bar, there are suggestions: 'Koranverteilung', 'Koranverteilung verbieten', 'Koranverteilung in Deutschland', and 'Koranverteiler'. To the right of the suggestions is a button that says 'Auf gut Glück >'. Below the suggestions, there is a link for 'Bilder zu Koranverteilung' and a button for 'Unangemessene Bilder melden'. Below this, there are several small image thumbnails showing people at a distribution stand. Below the images, there is a link for 'Weitere Bilder zu Koranverteilung'. Below that, there are several search results with blue titles and black text snippets. The first result is 'Koranverteilungskampagne in Deutschland – Wikipedia' with a URL and a snippet about financing. The second result is 'Kostenlose Koran-Verteilung: Innenstädte: Salafisten ...' with a URL and a snippet about a mission. The third result is 'Salafismus in Hessen: Salafisten-Problem: Koran-Verteilung ...' with a URL and a snippet about a ban. The fourth result is 'Entschuldigung für Koran-Verteilung | Stadt Schongau' with a URL and a snippet about a public apology. At the bottom of the screenshot, there is a blue link that says 'Google Suche nach Koranverteilung'.

Die Koranverteilung, die in erster Linie mit dem Thema des Berichtes nichts gemeinsam hat, überschlägt der *BR* mit der Aussage, dass sich zwischen den Koranen Prospekte der Organisation *Ansaar International* befinden.

Der *BR* fängt mit seiner Hauptmethode, die sich über den gesamten Bericht wiederholt an, nämlich Gleichnisse, Verbindungen zu schaffen. „Prospekte für Spenden zu verteilen ist ähnlich kurios, wie Korane.“, ist scheinbar die Hauptaussage dieser Passage.

Zwei Möglichkeiten ergeben sich mir beim Lesen der nächsten Sätze. Entweder hat der *BR*, Ufuk missverstanden, oder der *BR* wollte Ufuk bewusst missverstehen, um zu ihrem Thema über zu leiten.

„Wenn du nach unten gehst und die dich fragen: Was willst du hier Bruder? Dann sagst du, dass du mitkämpfen willst. Die lachen dich erstmal aus. Die sagen, wir haben hier genügend Leute. Das einzige, was wir hier brauchen, sind Aufbauleistung, Spendengelder. Das ist die Hilfe, die dort gebraucht wird.“

So wird Ufuk im *BR* zitiert. Zuvor heißt es: „*Er sagt, er würde auch am liebsten "dort runter" fahren - und meint Syrien. Viele von denen, die sagen, sie halten es nicht mehr aus, sie wollen in den Dschihad, haben falsche Vorstellungen, meint er*“

Was möchte uns Ufuk sagen. Etwa, dass er in den Dschihad ziehen möchte? Hat er das Wort Dschihad überhaupt in den Mund genommen? In seinem Zitat taucht das Wort nicht auf. Wir erinnern uns an die Worte Abdurahmans, der meinte, dass sie Projekte von Deutschland aus und auch von vor Ort unterstützen. Ufuk wäre am liebsten auch „dort runter“ gefahren, anstatt in Regensburg Prospekte zu verteilen. Er wäre gerne vor Ort um zu helfen, nicht um zu kämpfen. So liest sich zumindest seine Aussage über jene, die nach Syrien fahren um zu kämpfen. Jene Leute haben „falsche Vorstellungen“. Der *BR* erwähnt ebenso wenig, gegen wen dort gekämpft werden soll. Ufuk meinte sicherlich die Unterdrücker, sprich jene Leute die nach Syrien möchten, um das Land vor Unterdrückern, vor der IS, zu verteidigen, liegen falsch. Man müsse dort Aufbauhilfe leisten und Spendengelder sammeln. „Hilfe, die dort gebraucht wird.“

Also nochmal: Möchte Ufuk am Dschihad teilnehmen und kämpfen? Nein. Wurde das Wort Dschihad benutzt? Ja. Behauptet Ufuk, dass er und die Organisation *Ansaar* mit Widerstandskämpfen jeglicher Art zu tun haben? Nein. Sieht das der *BR* genauso? Nein. Denn direkt im folgenden Absatz wird an jene Kämpfer und Radikale erinnert. Mehr noch: es wird verglichen:

„Seine Worte erinnern an Harun P., den 27-jährigen Islamisten, der zurzeit als Angeklagter am Oberlandesgericht München vor Gericht steht: Er hat ausgesagt, dass er es furchtbar fand, dass Kinder in Syrien verhungern. Die Suche nach "Gerechtigkeit" machte ihn radikal. Harun P. ging nach Syrien, griff zur Waffe, soll Mitglied einer terroristischen Vereinigung gewesen sein.“

Weiter heißt es:

„Kann es sein, dass auch vermeintlich wohltätige Organisationen aus Deutschland zum Nährboden für radikale Islamisten werden können? Wir recherchieren im Internet, stoßen auf Videos des Vereins Ansaar International, die auf den ersten Blick ganz harmlos wirken.“

Hat man Ufuk das Wort im Munde umgedreht? Ja. Man hat alle Materialien, die genaueres über *Ansaar Int.* sagen, ignoriert und schließlich Ufuk mit einem Interview, in dem er von kampfbereiten Menschen mit „falschen Vorstellungen“ spricht, missverständlich dastehen lassen. Sie haben ihre eigene Aussage aus Ufuks Worten geformt. Sie vergleichen Ufuk und Harun P., zwei Menschen, mit zwei völlig verschiedenen Motivationen, „erinnern“ den *BR* aneinander. Vor allem haben sie jedoch, durch diesen wiederholten, haltlosen Vergleich, zwischen Ufuk und Harun P. einen Übergang zu ihrem Hauptthema, ihrem Titel, geschaffen.

Nun verweisen sie auf den YouTube Kanal des *Ansaar Int.*, um diese jedoch mit einem der kräftigsten Signalwörtern, bzw. in diesem Fall Signal-Redewendung, gegen sie zu verwenden:

„*Auf den ersten Blick*“. Diese Redewendung formte und wandelte sich in seiner Bedeutung mit dem Thema Terrorismus seit 2001, dem Terrorangriff auf die USA. Seine Wurzeln findet die Redewendung in dem Wort „Schläfer“. Jene sind eben auf dem ersten Blick keine Terroristen, genauso wenig wie *Ansaar Int.* eine terroristische Vereinigung. Islam, Salafismus und Moslems sind fremd in Deutschland. Deren Absichten sind „auf dem ersten Blick“ nicht erkennbar. Grund genug, um als Leser, beim vernehmen dieser Worte vorsichtig, gar ängstlich zu werden. Diese Stimmung suggeriert der *BR* unnachahmlich mit dieser Methode. Starten Sie einen Versuch und bitten Sie zehn Menschen in ihrer Umgebung folgenden Satz zu komplettieren: „Auf den ersten Blick wirkte Abdurahman wie ein ganz normaler Mitbürger...“. Sollte bei den meisten eine Assoziation zum Islam und Terror entstehen, wissen wir warum der *BR* gerade diese Redewendung verwendete.

Es folgt der oben erwähnte Ausschnitt, der besagt, dass *Ansaar Int.* mit Journalisten nicht sprechen möchte. Man schreibt, dass eine „*transparente Spendenorganisation*“ anders aussieht. Versetzt man sich in den Leser, der von der Wahrheit, von den Interviews und den Emails seitens *Ansaar* nichts weiß, hat man spätestens jetzt ein ungutes Gefühl und einen schlechten Eindruck über diese Organisation. Abdurahman selbst beschrieb in seinem Video, es sei „*natürlich ohne Frage mysteriös, wenn eine der größten Hilfsorganisationen Deutschlands zu keinem Statement bereit wäre.*“. Und er hat absolut Recht.

Im weiteren Verlauf des Berichtes geht der *BR* auf andere Organisationen ein. Sie zitieren das Bayerische Landesamt für Verfassungsschutz, sprechen über Gesetzesentwürfe die „*Terrorfinanzierung*“ unter Strafe stellen soll und schließen mit ihrer Hauptforderung ab, dass Bayern ein Spendensammelgesetz braucht. Eine Forderung die (leider) auf Unwahrheiten basiert.

Medien haben Macht. Sie können durch einfaches Auslassen von Informationen den Leser blenden. Sie können Thesen behaupten, die auf Lügen basieren. Sie können ein einfaches Klischee, ein gesellschaftlich präsenten Vorurteil nehmen und es mit Aussagen bekräftigen, die nicht auf wahrheitsgemäßer Basis beruhen. An der Qualität der Recherche liegt es nicht, es liegt in der Umsetzung.

Es entstehen Schäden. Schäden die zunächst nicht sichtbar sind und wenn eines Tages doch, schwer nachvollziehbar und zurückzuführen sind, auf dessen Drahtzieher.

Durchaus möglich, dass Menschen beim Begegnen eines „Gamers“ sich ihm nicht nähern möchten, weil er vermeintlich „stinkt“. Aber eine Spendenorganisation, die es sich zur Aufgabe macht, notbedürftigen Menschen zu helfen, öffentlich zu diffamieren und damit deren Existenz und Arbeit zu gefährden, kaum zu sprechen von den Existenzen in den Krisengebieten, ist die mit Abstand niederwertigste Art der Berichterstattung, die mir beim Recherchieren für diese Arbeit untergekommen ist.

Es fällt mir äußerst schwer, trotz jeglicher Objektivität, die eigentlich bei solchen Arbeiten erwünscht ist, nicht bewertend zu werden und widme mein letztes Zitat für dieses Fallbeispiel Abdurahman, dem Vorsitzenden von *Ansaar International e.V.*:

„Lieber Herr Röhmel, (...) was haben sie sich dabei gedacht? Uns so zu diffamieren, obwohl wir alles beantwortet haben? (...) Wie sie wissen haben wir 32 humanitäre Projekte in 15 Ländern. Nur an einem Projekt hängen 900 Waisenkinder in Somalia monatlich dahinter; die monatlich ihre Versorgung bekommen, Kleidung und Nahrung. Wenn sie keine Kinder haben kann ich verstehen, warum sie sich nicht reinversetzen können, wie schlimm das ist, dass sie versuchen den Kindern die Butter vom Brot zu nehmen. Aber WER von uns beiden gehört eigentlich auf die Anklagebank? Sind es wir, die diese 900 Kinder monatlich versorgen? Oder sind es sie, die mit ihren Lügen versuchen den Kindern die Versorgung abzuschneiden. Haben sie eigentlich überhaupt gar kein Gewissen? Haben sie eigentlich gar kein Herz? Es ist traurig. Mir werden da wirklich die Abgründe der Menschheit bewusst, wenn ich so etwas sehe (...).“

Wenn du nicht aufpasst, werden
die Zeitungen dich dazu bringen,
die Menschen zu hassen,
die unterdrückt werden
und jene zu lieben,
die unterdrücken.

-Malcolm X



[Malcolm X - scontent-b.cdninstagram.com](https://www.instagram.com/scontent-b.cdninstagram.com)

Fazit - *Leitkultur der Medienlandschaft*

Beim Recherchieren für meine Arbeit und Schreiben der Fallbeispiele sind mir verschiedene Begriffe aus der Medientheorie und Redaktionskultur aufgefallen.

Für diese Arbeit relevant, sind die Begriffe *Agenda Setting*, *Gate-Keeping* und *Scoop Kultur*.

Piers Morgan, der ehemalige Chef-Redakteur des *Daily Mirror*, meinte im Rahmen seiner Tätigkeit: „*Man muss Scoops liefern, um ein aufregendes Blatt zu produzieren und den Verkauf anzutreiben.*“⁸⁷

Was genau ist ein Scoop? Und warum ist Morgan, laut *Berliner Zeitung*, ein eifriger Verehrer dieser Kultur?

Ein Scoop liefert exklusive Enthüllungen. In der deutschen Zeitschriftenlandschaft würde der Begriff *Schlagzeilen* dem am ehesten entsprechen.

„*Ein Scoop im Sinne Morgans ist es zum Beispiel, wenn sich ein Mirror-Volontär als Diensthote in Buckingham Palace einschleicht und enthüllt, dass die Queen ihr Frühstück aus Tupperware isst.*“¹

Chronisch festzuhalten, was die letzten Wochen politisch passiert ist, ist nicht im Sinne einer überragend verkauften Auflage, genauso wenig wie gründlich recherchierte Themen. Im Wettbewerb mit dem Fernsehen würde man zu sehr hinterher hängen.

⁸⁷ <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/die-bilder--auf-denen-britische-soldaten-auf-einen-irakischen-gefangenen-urinieren--sind-gefaelscht--nicht-im-irak-gemacht-,10810590,10176502.html>

‘*To Scoop*‘ heißt auf Deutsch übersetzt ‘*ausschöpfen, abräumen*‘. Also im medialen Sinne, die Schlagzeile „abräumen“ und veröffentlichen, bevor es ein anderes Medium tut. Demnach könne man sich nicht auf Fremd-Recherchen ausruhen, man muss selbst recherchieren. Liefert eine Zeitschrift einen Scoop, so sind sie die ersten mit dieser Meldung. Andere Quellen würden auf die Ur-Zeitschrift verweisen und das Ansehen bzw. der Wert der Zeitschrift steigt. Diese Hetzjagd nach Scoops entwickelte eine Eigendynamik. Obligatorisch, dass die Medien, angetrieben von dieser Kultur, im 21. Jahrhundert Eigenschaften aufweisen, die zum Teil in dieser Arbeit aufgeführt wurden. *Egon Erwin Kisch* beschreibt in seinem Buch „*Marktplatz der Sensationen*“⁸⁸, äußerst präzise diesen „*rasenden Reporter*“, der es schafft über die kleinsten, nichtigsten Begebenheiten und über die skandalösen, großen journalistischen Enthüllungen, auf gleicher Weise fesselnd und pointiert zu schreiben.

Diese Hetzjagd wurde letztlich zum Ursprung, für überspitzte und eben erfundene Berichte und Artikel. Wenn also ein Bild von einem vermeintlich misshandelten Häftling im Irak in die Hände eines Redakteurs, des Boulevard Magazins *Daily Mirror* landet, dann beginnt das Rennen gegen die Zeit. Noch bevor man die Möglichkeit hat, dieses Bild auf seine Echtheit und den Bericht auf seine Korrektheit und Manier zu prüfen, könnte bereits ein anderer „Scoop“-Reporter für eine andere Zeitung das Bild veröffentlichen.

Die einzigen Zeilen von Kisch, so behauptet er, die er mit Ruhe und Umsicht, bedacht geschrieben hat, waren die Zeilen in seinem Buch.⁸⁹

„Erzherzöge, Mörder, Dichter, Diebe, Offiziere, Huren, Schauspieler, Spione, Redakteure mit und ohne Vollbart, zusammengewachsene Schwestern, das Buch fließt über von bemerkenswerten Gestalten und effektvollen Begebenheiten. Möglicherweise waren sie gar nicht so bemerkenswert und effektiv, Kisch macht sie dazu.“

Heißt es in einer *Spiegel*-Rezension über das Buch. Kisch selbst sagt:

„Bedarf die Gestaltung der Wahrheit keiner Phantasie? Es ist wahr, die Phantasie darf sich hier nicht entfalten, wie sie lustig ist; nur der schmale Steg zwischen Tatsache und Tatsache ist zum Tanze freigegeben, und ihre Bewegungen müssen mit den Tatsachen in rhythmischem Einklang stehen.“

(...)

⁸⁸ <http://www.amazon.de/Marktplatz-Sensationen-Egon-E-Kisch/dp/3746650585>

⁸⁹ <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-44416181.html>

„Und selbst diesen beschränkten Tanzboden hat die Phantasie nicht für sich allein. Mit einem ganzen Corps de ballet von Kunstformen muß sie sich im Reigen drehen, auf daß der sprödeste Stoff, die Wirklichkeit, in nichts nachgebe dem elastischsten Stoff, der Lüge.“

Teile davon, lassen sich in den Schlagzeilen der großen Massenmedien wiederfinden. Man



Bild Startseite vom 13.03.2015 - www.bild.de

müsse nur täglich über die Startseite der *BILD* scrollen, um visuell jenes zu erkennen, was Kisch meint. Bilder und Farben ‚tanzen‘ über den Bildschirm, Schlagzeilen lesen sich in überzogenen, kunstvoll gestalteten Großbuchstaben. Eine Sport-Sensation hat sich in schwarz-rot-goldener Euphorie ereignet, dem russischen Staatschef wird vermeintlich ein Baby untergejubelt, den Griechen wird auf die Finger gehauen und es werden interessanteste Fakten über Bienen offengelegt. Dies alles ist auf einem Blick zu vernehmen. Nur wenige Augenblicke später wird diese Zusammenstellung von den nächsten Scoops abgelöst.

Kisch sei ein „großartiger Dramaturg der Wirklichkeit“, ein „Reporter der Superlative“. Er nahm die Gelegenheiten, die sich ihm boten und formte

daraus ein „Kunststück“, so der *Spiegel*.

Wohin letztlich diese Reise führte, kann er täglich in den internationalen Blättern und Online Portalen, wie *Marca*, *the Daily Mirror*, *BILD* und *Kicker* einsehen. Auch TV- und Radiobeiträge kamen nicht um ihre Scoops herum. Über Gamer wird überspitzt berichtet und Hilfsorganisationen werden als terroristische Vereinigungen entlarvt - Exklusiv.

Der nächste Begriff, auf den ich im Rahmen dieser Arbeit stieß und der viele meiner Ausführungen unterstreicht, ist das Agenda Setting.

Agenda Setting bedeutet zunächst schlichtweg Themenschwerpunkte setzen. Agenda Setting kann zum Beispiel in der Politik, sowie Wirtschaft betrieben werden.

Die Agenda Setting-*Theorie* ist jedoch in der Medienwissenschaft beheimatet. Erfunden wurde sie 1968 von den US-amerikanischen Kommunikationswissenschaftlern Maxwell E. McCombs und Donald L. Shaw.⁹⁰ Das Online Portal *Internetanalysen* fasste deren Ausführungen zusammen.

Agenda Setting ist schließlich das Handwerk der Medienmacht, denn die Theorie besagt, dass die Massenmedien, durch das Auswählen und Hervorheben spezifischer Themen, die Meinung der Konsumenten und damit die öffentliche Meinung bestimmen bzw. manipulieren.

Jürgen Todenhöfer, deutscher Publizist und ehemaliger Medienmanager, prangerte in seiner Kolumne vom 01. Januar 2015 an, dass ein ganz bestimmtes Thema des Jahres 2014 einfach verschwiegen wurde:⁹¹

„Die Welt hatte versprochen, Gaza nicht zu vergessen. Die 2.100 getöteten Palästinenser, die 11.000 Verwundeten, die 20.000 zerbombten Wohnungen, die 100.000 Obdachlosen. 4 Monate ist der Krieg gegen Gaza nun vorbei. Kein einziges Haus ist wieder aufgebaut. Wir dürfen nicht länger schweigen.“

Tatsächlich ist der erneut entflammte Gaza-Konflikt von 2014, in den Medien im Frühjahr 2015 nicht mehr aufzufinden. Es wurde von der Agenda gestrichen. Auf der außenpolitischen Agenda „März 2015“ stehen lediglich Themen wie Ukraine, Griechenland, Syrien und der Islamische Staat IS. Von Palästinensern und den versprochenen Hilfeleistungen zum Wiederaufbau liest sich gar nichts in der Presse. Auch die 2014 global thematisierte Ebola Epidemie verschwand aus den Nachrichten. Nicht einmal die Information, ob die Epidemie gestoppt werden konnte, gelang durch die Medien.

Das Ergebnis aus der *Chapel Hill*-Studie von McCombs und Shaw, die sie zur Bestimmung der Agenda Setting-Theorie ausführten, war die Tatsache, dass die Nachrichtenmedien die Denkweise der Menschen bestimmte:⁴

⁹⁰ http://internetanalysen.de/smi_AS_approach.php

⁹¹ <http://juergentodenhoefer.de/gaza-nicht-vergessen/>

„Sie fanden heraus, dass die Hauptwirkung der Nachrichtenmedien nicht darin bestand, den Menschen zu sagen was sie denken, sondern worüber sie nachdenken sollten – im Gegensatz zu Überzeugung oder Einstellungsveränderungen“

Die Agenda Setting-Theorie besagt demnach, dass dem Konsumenten nicht aktiv gesagt wird, dass beispielsweise Putin ein schlechter Mensch sei, sondern passiverweise Bilder aus Ukraine gezeigt werden, wie dort Krieg geführt wird. Diese Agenda wird über einen längeren Zeitraum täglich thematisiert.

Das Medienanalysen-Unternehmen *Media Tenor International AG* griff die Studie von Shaw und McCombs 2008 wieder auf. Mit den beiden Professoren untersuchten sie gemeinsam, wie aktuell diese Theorie tatsächlich ist. Laut *Internetanalysen* ergaben die Untersuchungen folgendes Ergebnis:

„Media Tenor vergleicht die Wirklichkeit und die Auswahl der Medien von der Wirklichkeit miteinander und untersucht den Einfluss dieser Auswahl auf die öffentliche Wahrnehmung. Seine angewandte Agenda Setting-Forschung hat bewiesen, dass die Medien die Meinungen der Menschen formen, besonders wenn diese der Medienrealität keine Erfahrungen aus erster Hand entgegensetzen können. Themen, die in den Medien nicht vorkommen, sind für die Öffentlichkeit weniger relevant oder sogar irrelevant.“

Das Wissen um die Wahrheit um meinen Freund Shahab, machte mich zu einem, der seine „*Erfahrungen aus erster Hand*“ entgegensetzen konnte. Bei allen anderen Themen bin ich, so wie viele weitere Konsumenten auch, der Medienrealität ergeben.

Zusammenfassend stellt sich für die *Media Tenor Int. AG* folgende Deutung, für den Begriff Agenda Setting:

„Agenda Setting: Das Verhältnis zwischen der verstärkten Auftreten eines Themas in den Medien und der Bedeutung, die die Leute diesem Thema dann beimessen. Weiterführende Forschung zeigt, dass die empfundene Bedeutung vom Medienkonsum abhängt.“

Die Agenda Setting-Theorie bekräftigt diese Bachelor-Arbeit in ihren Fallbeispielen und unterstreicht die Theorie, dass Medien mit Hilfe von Bildern, Signalwörtern und dem Spiel mit Klischees, ihre Konsumenten gezielt manipulieren und schließlich ihre Meinungen bilden.

Die Geschichte hat erwiesen, dass mit Print Radio und TV, die Medien im 20. Jahrhundert äußerst breit aufgestellt waren. Mit dem Smartphone-Konsum des 21. Jahrhunderts ergibt sich die Frage nach dem „Medienkonsum“ der Konsumenten.

Im Rahmen ihrer Studie erörterte das Medienanalyse Unternehmen zwei weitere Begriffe: Agenda Cutting und Agenda Surfing. Letzteres umschreibt das Machtspiel der Massenmedien. Mit dem Setzen und Herausnehmen und Themenschwerpunkten wird ihr Macht über die Informationsauslese ausgeübt:

„Medien folgen in der Regel Trends und „surfen“ so auf der Welle von Themen, die ursprünglich in den Meinungsführermedien erwähnt wurden. Indem man alle Artikel in den Meinungsführermedien verfolgt, lässt sich voraussagen, welche Themen in naher Zukunft von allen Medien aufgegriffen und welche aus der Berichterstattung verschwinden werden“

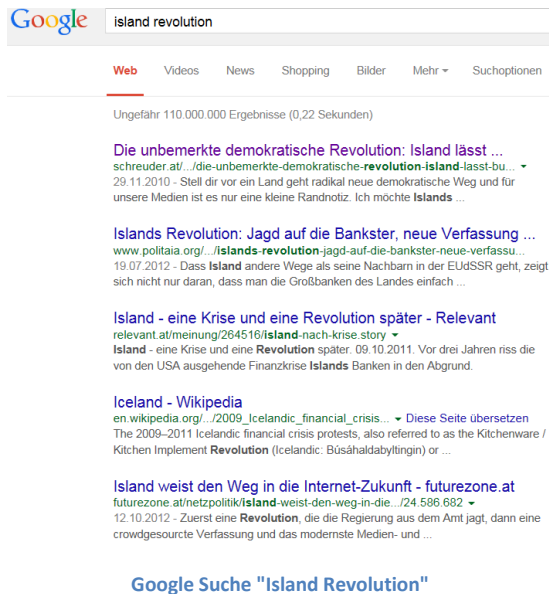
Was Agenda Cutting betrifft, befassen wir uns zunächst mit folgendem Artikel aus dem unbekanntem Internetportal *collectivelyconscious.net*.⁹² Der Titel lautet vielsagend: *“Why Iceland Should Be In The News, But Is Not”*. Zu Deutsch: Warum Island in den Nachrichten erwähnt werden sollte, aber nicht erwähnt wird.

Der Artikel stammt aus 2011 und befasst sich mit den Spätfolgen der Wirtschaftskrise 2008 in Island. Die knapp 320 Tausend Einwohner verloren den Großteil ihres Vermögens. Dies sahen die Isländer zum Anlass ihr Regierungssystem wortwörtlich zu revolutionieren. Proteste und Ausschreitungen folgten, bis schließlich die alte Regierung resignierte. 1000 Isländer und Isländerinnen schrieben, vertretend für das Volk, eine neue Verfassung. Dabei wurden sämtliche Wünsche und Ideen berücksichtigt. Eine direkte Beteiligung des Volkes, war somit die Hauptthese dieser neuen Regierung. Tatsächlich revolutionierend, wenn man es mit anderen Regierungssystemen Europas vergleicht. Das Land erholte sich fortan, laut dem Artikel, von der Krise.

Gleich zu Beginn des Artikels heißt es: *„An Italian radio program’s story about Iceland’s ongoing revolution is a stunning example of how little our media tells us about the rest of the world.”*, und bedeutet Sinngemäß, dass lediglich ein italienischer Radio-Sender über die anhaltende Revolution in Island berichtet hat und dies ein Beleg dafür ist, wie wenig die (Massen-) Medien über den Rest der Welt berichten.

⁹² <http://collectivelyconscious.net/articles/why-iceland-should-be-in-the-news-but-is-not/#.VMqon5hT5lj>.Facebook

Tatsächlich finden sich bei einer *Google*-Suche lediglich unbekannte Seiten und Portale, die darüber berichten:



Bei Ergebnissen von Seiten namens *schreuder.at*, *politia.org*, *relevant.at*, *futurezone.at*, kann von „Meinungsführermedien“ nicht die Rede sein.

“They should look to Iceland. Refusing to bow to foreign interests, that small country stated loud and clear that the people are sovereign.

That’s why it is not in the news anymore.”

Heißt der Schlusssatz des Artikels, appellierend an Länder wie Italien, Spanien und Portugal, die einen anderen Weg aus der Krise wählten. Der

Grund, warum darüber nicht berichtet wurde, sieht der Verfasser darin, dass letztlich das Volk in der Machtposition steht. Dies spreche jedoch gegen die Grundsätze der manipulierenden Medien.

Dies führt zu dem letzten relevanten Begriff dieser Arbeit, dem „Gate Keeping“, bzw. laut Media Tenor Int. dem „Agenda Cutting“:

„Da die Presse selektiv berichtet, wird ein Großteil der Realität nicht in den Medien abgebildet. Folglich erachten die meisten Menschen weggelassene Themen als unwichtig, oder erfahren erst gar nichts von ihrer Existenz, insbesondere wenn sie keine direkte Beziehung zu dem Ereignis oder der Nachricht haben. Dieses Phänomen heißt Agenda Cutting. Ein Beispiel hierfür ist die (mangelnde) Berichterstattung über Krankheiten wie Malaria oder Bulemie“

Island entwichte demnach der Medienrealität. Die für Massenmedien arbeitenden Redakteure sind durch ihre Recherchen und Informationsquellen die Herrscher über die unveröffentlichte Realität. Ihr Filter bestimmt, was an den Konsumenten gelangt und welches Meinungsbild entsteht.

Die Antwort auf die Frage, wer diesen Filter definiert, übersteigt den Rahmen dieser Arbeit, denn es kann nur Vermutet werden. Laut Abdurahman, dem Vorsitzenden von Ansaar International, ist es der „Geldgeber“. Diese Personengruppe ist jedoch zu undefiniert. Ken Jebsen, von KenFM, veröffentlichte im April 2012 auf YouTube ein Video, auf dem er die These aufstellte, dass die USA und die Massenmedien von radikalen Zionisten unterwandert seien. In dem Video, welches derzeit entfernt wurde, sagt er *„Es ist eine mediale Massenvernichtungswaffe, die hilft, dass wir seit über 40 Jahren die Fresse halten, wenn im Auftrage des Staates Israel Menschen in Massen vernichtet werden“*. Ähnliche harte Äußerungen trifft er in weiteren Videos.⁹³

Solche Ausführungen, die die „Geldgeber“ auf diese Art definieren, werden gemeinhin in das Verschwörungstheorie-Milieu zugeordnet.

Wenn aus dieser Arbeit, eine Motivation dieser Manipulation erörtert werden müsste, dann wäre dies der Profit.

Profit sei als Hauptgrund für Meinungsbildung und Manipulation in den Medien charakterisiert- der Profitierende, der Geldeinnehmer, ist der Begünstigte und Drahtzieher.

Eine leichte Linie muss man zu der Scoop-Kultur ziehen, denn diese lebt von ihrem Aktionismus. Berechnend wirken ihre Artikel nicht, dennoch diffamierend und sensationell. Dass diese „Scoops“ trotz mehrfachen Skandalen und entlarvten Lügengeschichten weiterhin konsumiert werden, liegt nur daran, dass das Niveau der Beiträge letztlich nur ein Spiegelbild unserer Gesellschaft ist. Andernfalls gäbe es nicht die hohen Auflagezahlen. Die gezogene Linie ist leicht, weil auch hier natürlich die hohe Auflage mit Profit verbunden ist.

Ein möglicher Ansatz für die Forschung wäre es, Menschen isoliert unabhängige Medien lesen zu lassen, ohne den Einfluss der Massenmedien. Die Verfasser der Internet Präsenzen, wie *hinter-den-schlagzeilen*⁹⁴, *Hintergrund*⁹⁵, oder dem *COMPACT-Magazin* gelten im Wesentlichen als unabhängige Journalisten. *„Wir schreiben, was andere nicht drucken dürfen“*, lautet z.B. der Slogan des COMPACT-Magazins.

Das Ergebnis dieser Forschung wäre, in Verknüpfung mit manipulierenden Massenmedien, ein möglicher Ansatz für die Wissenschaft, der Medienmacht zu entkommen.

⁹³ <https://www.youtube.com/watch?v=Ic3xNaUseRo>

⁹⁴ <http://hinter-den-schlagzeilen.de/category/medien/>

⁹⁵ <http://www.hintergrund.de/>

-

„Was macht eine Recherche mit mir“, hieß mein Thema aus dem Seminar Systematik Dramaturgie 2013 und diente als einleitender Übergang in diese Arbeit. Auch hier sei die Frage gestellt, was die Recherche für diese Arbeit mit mir machte.

Die Recherche fiel mir nicht einfach, denn die Wahrheit über die Medien, aus den Medien zu beziehen ist wahrlich komplex. Auf politischer Ebene brauchte es handfeste Skandale, die von anderen Redaktionen bestenfalls unumgänglicherweise offengelegt wurden. Im Sport waren es zum Teil eigene Erfahrungen aus meinem Beruf, andererseits auch Enthüllungen aus sozialen Medien. In der Gesellschaft bedurfte es eine eingehende Recherche und ein ‚glückliches Händchen‘, was das „Abrechnungs“ Video von *Ansaar* betraf.

Großartig geändert haben sich meine Ansichten nicht. Sie haben sich vielmehr intensiviert. Bilder, Signalwörter und Spiele mit Klischees werden von mir gesondert betrachtet und ich hoffe einen ähnlichen Effekt beim Leser dieser Arbeit gewonnen zu haben.

In dem Abschlusssatz der Dokumentation von Felix Müller „Spiel mit dem Zuschauer“ heißt es treffend:

„Die Kamera kann nicht Lügen aber sie kann ein Mittel zur Unwahrheit sein. Wir müssen ein Bewusstsein für die Macht der Bilder entwickeln und für den schmalen Grad zwischen Wahrheit und Manipulation, denn Bilder sind immer etwas Künstliches und werden nie ohne Absicht gezeigt. Objektive und unverfälschte Bilder gibt es nicht.

Kein Bild kann die Wirklichkeit ersetzen.“

ANLAGEN - QUELLENVERZEICHNIS

Aus dem Dokumentarfilm: Referees at Work – Schiedsrichter im Fokus (Belgien 2009,
Regie: Yves Hinant, Eric Cardot, Produktion: Thibaut Potdevin)

bvb.de / zdf.de	<i>letzter Aufruf,</i>	15.02.2015
Daily Mirror Ausgabe, 05/2004, Piers Morgan		
Geschäftsbericht Trinity Mirror 2010, Trinity Mirror		
http://1.bp.blogspot.com/p0HVvclAIWk/TirHShKSpwI/AAAAAAAAAIY/bjAwulj311A/s1600/liberationfrequency2.jpg	<i>letzter Aufruf,</i>	13.03.2015
http://bgee.ru/video/JN9qKd2eEKM/ARD-Beckmann-Leben-mit-Depressionen.html	<i>letzter Aufruf,</i>	18.02.2015
http://collectivelyconscious.net/articles/why-iceland-should-be-in-the-news-but-is-not/#.VMqon5hT5Ij.Facebook	<i>letzter Aufruf,</i>	14.03.2015
http://de.euronews.com/2015/01/14/cristiano-ronaldo-ist-messi-fan/	<i>letzter Aufruf,</i>	16.02.2015
http://de.uefa.com/memberassociations/uefarankings/club/	<i>letzter Aufruf,</i>	15.02.2015
http://hinter-den-schlagzeilen.de/category/medien/	<i>letzter Aufruf,</i>	14.03.2015
http://internetanalysen.de/smi_AS_approach.php	<i>letzter Aufruf,</i>	13.03.2015
http://juergentodenhoefer.de/gaza-nicht-vergessen/	<i>letzter Aufruf,</i>	14.03.2015
http://piersmorgan.blogs.cnn.com/	<i>letzter Aufruf,</i>	06.01.2015
http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/41786	<i>letzter Aufruf,</i>	06.01.2015
http://www.abc.org.uk/	<i>letzter Aufruf,</i>	06.01.2015
http://www.abendblatt.de/region/pinneberg/article107894456/Gotteskrieger-kaempfte-fuer-den-VfL-Pinneberg.html	<i>letzter Aufruf,</i>	12.03.2015
http://www.abendblatt.de/sport/article2099655/Selbstmordversuch-von-Babak-Rafati-So-reagierte-Theo-Zwanziger.html	<i>letzter Aufruf,</i>	17.02.2015
http://www.amazon.de/Marktplatz-Sensationen-Egon-E-Kisch/dp/3746650585	<i>letzter Aufruf,</i>	13.03.2015
http://www.ansaarduesseldorf.com/	<i>letzter Aufruf,</i>	08.03.2015
http://www.ansaarduesseldorf.com/referenzen/	<i>letzter Aufruf,</i>	09.03.2015
http://www.berliner-zeitung.de/archiv/	<i>letzter Aufruf,</i>	06.01.2015
http://www.berliner-zeitung.de/archiv/die-bilder--auf-denen-britische-soldaten-auf-einen-irakischen-gefangenen-urinieren--sind-gefaelscht--nicht-im-irak-gemacht-.10810590,10176502.html	<i>letzter Aufruf,</i>	13.03.2015
http://www.bild.de/sport/fussball/der-schlechteste-schiedsrichter-schiri-10996218.bild.html	<i>letzter Aufruf,</i>	18.02.2015
http://www.bild.de/sport/fussball/mainz-sauer-auf-dieses-rot-11650036.bild.html	<i>letzter Aufruf,</i>	18.02.2015
http://www.bild.de/sport/fussball/rot-zoff-elfer-aerger-schiri-rafati-redet-muell-15033210.bild.html	<i>letzter Aufruf,</i>	18.02.2015
http://www.br.de/radio/b5-aktuell/sendungen/der-funkstreifzug/terrorismus-dschihad-finanzierung-100.html	<i>letzter Aufruf,</i>	08.03.2015
http://www.concernedphotography.com/galerie/kein-krieg/hintergrund/index-manipulation-9-11-0004.html	<i>letzter Aufruf,</i>	13.03.2015
http://www.dwdl.de/nachrichten/32536/gamer_hacken_rtld_e_nach_diffamierendem_bericht/	<i>letzter Aufruf,</i>	07.03.2015
http://www.focus.de/sport/fussball/bundesliga1/zoff-zwischen-bundesliga-topclubs-bvb-bayern-eskalation-watzke-schimpft-rummenigge-als-niveaulosen-heuchler_id_4243386.html	<i>letzter Aufruf,</i>	16.02.2015

http://www.fussballeuropa.com/news/luis-figo-wenn-ich-das-schwein-gesehen-hatte-hatte-ich-es-gegessen	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.giga.de/events/gamescom-2013/news/rtl-explosiv-diffamiert-gamer-giga-findet-bei-rtl-stinkt-es-gewaltig/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
http://www.goal.com/de	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.02.2015</i>
http://www.hintergrund.de/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.03.2015</i>
http://www.huffingtonpost.co.uk/2012/11/27/barcelonas-la-masia-xi_n_2196501.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.02.2015</i>
http://www.imdb.com/title/tt0000012/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>13.03.2015</i>
http://www.kicker.de/news/fussball/2bundesliga/startseite/617090/artikel_entlassener-neururer_dazu-stehe-ich-auch.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.kicker.de/news/fussball/bundesliga/startseite/547161/artikel_Stark-stellt-sich-der-Kritik.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>18.02.2015</i>
http://www.kicker.de/news/fussball/intligen/spanien/liga-bbva/2014-15/spieltag.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.laola1.at/de/fussball/international/spanien/primera-division/news/tennisball-protest-gegen-clasico/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.lookii.at/Lookii+Videos+Herablassender+RTL+Bericht+zur+Gamescom+2011-video_125.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
http://www.mirror.co.uk/sport/football/match-reports/manchester-united-1-1-bayern-munich-3338409 (Titel „You dirty Schwein“ im Nachhinein geändert)	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>01.03.2015</i>
http://www.mirror.co.uk/sport/football/news/bayern-munich-banning-mirror-manchester-3389121	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>01.03.2015</i>
http://www.mirror.co.uk/sport/football/transfer-news/arsenal-face-lukas-podolski-transfer-4900134	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.news.at/a/daily-mirror-folter-bilder-chefredakteur-81736	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>06.01.2015</i>
http://www.n-tv.de/sport/fussball/Podolski-attackiert-englische-Zeitung-article14242686.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.offthepost.info/blog/2011/04/video-alvaro-arbeloa-stamps-on-david-villa-drags-him-to-his-feet/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.02.2015</i>
http://www.ran.de/fussball/bundesliga/bildergalerien/bayern-vs-dortmund-der-deutsche-clasico	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.randomhouse.de/Buch/Ich-pfeife-auf-den-Tod-Wie-mich-der-Fussball-fast-das-Leben-kostete/Babak-Rafati/e429073.rhd	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>19.02.2015</i>
http://www.rp-online.de/politik/ausland/daily-mirror-druckte-gefaelschte-folterbilder-ab-aid-1.2278344	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>06.01.2015</i>
http://www.rp-online.de/sport/fussball/champions-league/fc-bayern-muenchen-verurteilt-schweinsteiger-schlagzeilen-aid-1.4150468	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>01.03.2015</i>
http://www.soccerex.com/news/2011/06/espn-star-sports-promises-improved-kick-times-new-la-liga-deal	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.spiegel.de/netzwelt/web/spieler-verspottet-rtl-entschuldigt-sich-fuer-gamescom-beitrag-a-782546.html#	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
http://www.spiegel.de/politik/ausland/die-macht-der-tv-bilder-was-ist-die-wahrheit-a-158625.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>13.03.2015</i>
http://www.spiegel.de/politik/ausland/gefangene-im-irak-auch-die-briten-haben-gefoltert-a-297966.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>06.01.2015</i>
http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-44416181.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>13.03.2015</i>
http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-84162310.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>12.03.2015</i>
http://www.spiegel.de/sport/fussball/fc-arsenal-podolski-wehrt-sich-gegen-luegen-a-1010930.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.sport1.de/internationaler-fussball/primera-division/2015/02/toni-kroos-erklart-unterschiede-zwischen-fc-bayern-und-real-madrid	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.spox.com/de/sport/fussball/bundesliga/1111/News/kicker-ueberdenkt-nach-suizidversuch-von-babak-rafati-umfragen-schlechtester-schiedsrichter.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>17.02.2015</i>

http://www.spoX.com/de/sport/fussball/bundesliga/1408/Artikel/karl-heinz-rummenigge-interview-fc-bayern-muenchen-audi-summer-tour-usa-pep-guardiola-internationalisierung-robert-lewandowski.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.sueddeutsche.de/digital/nach-gamescom-bericht-bei-explosiv-erboste-gamer-kapern-rtl-website-1.1135021	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
http://www.tagesschau.de/ausland/angriff-aleppo-101.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>09.03.2015</i>
http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/sonntag/wm-2014-ex-schiedsrichter-babak-rafati-jeder-ist-ueber-seine-gefuehle-bezwingbar/10077490.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>17.02.2015</i>
http://www.taz.de/!145951/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>12.03.2015</i>
http://www.taz.de/!77100/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
http://www.theguardian.com/media/2004/may/15/mirror.politicsandthemedia	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.01.2015</i>
http://www.transfermarkt.de/cristiano-ronaldo/profil/spieler/8198	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.02.2015</i>
http://www.transfermarkt.de/miroslav-klose/profil/spieler/10	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.transfermarkt.de/zlatan-ibrahimovic/profil/spieler/3455	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.tz.de/sport/fussball/mueller-dann-werden-zerfleischt-805226.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.watson.ch/!602326235	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.02.2015</i>
http://www.welt.de/debatte/kommentare/article135704530/Die-spannendste-Liga-der-Welt-wird-zur-Monokultur.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>16.02.2015</i>
http://www.welt.de/regionales/hamburg/article4810429/Terrorist-lebte-jahrelang-in-Hamburg.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>12.03.2015</i>
http://www.welt.de/sport/article114578342/Kaelte-und-Unerbittlichkeit-Rafati-greift-DFB-an.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>19.02.2015</i>
http://www.welt.de/sport/fussball/article114635866/Warum-Babak-Rafatis-Gegenschlag-ein-Fehler-war.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>19.02.2015</i>
http://www.welt.de/sport/fussball/article122009103/Wie-aus-dem-Nationalspieler-ein-Gotteskrieger-wurde.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>12.03.2015</i>
http://www.welt.de/sport/fussball/bundesliga/fc-schalke-04/article13379903/Nach-4-38-Minuten-war-Schalke-Meisterparty-beendet.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>18.02.2015</i>
http://www.welt.de/sport/fussball/internationale-ligen/article135917966/Lukas-Podolski-legt-sich-mit-Englands-Presse-an.html	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://www.weltfussball.de/teams/spanien-team/wm-2010-in-suedafrika/2/	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>15.02.2015</i>
http://www.zeit.de/news/2015-01/01/fussball-podolski-weist-bericht-ueber-trainingsflucht-zurueck-01133806	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
http://youtu.be/Foni5rWMMAc	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>08.03.2015</i>
https://twitter.com/Podolski10/status/550619200608563200/photo/1 und www.facebook.de/LukasPodolski	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>02.03.2015</i>
https://www.youtube.com/user/AnsaarduesseldorfDE/featured	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>09.03.2015</i>
https://www.youtube.com/user/wwwKenFMde	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>13.03.2015</i>
https://www.youtube.com/watch?v=02bZgYaNoi4 – Felix Müller 2005	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>12.03.2015</i>
https://www.youtube.com/watch?v=Ic3xNaUseRo	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>14.03.2015</i>
https://www.youtube.com/watch?v=MK6TXMsvgQg	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
https://www.youtube.com/watch?v=z9ZaO74K42Q	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>07.03.2015</i>
https://youtu.be/O1dzGIZwksg	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>13.03.2015</i>
Kicker Sportmagazin Nr. 2/2010 vom 4. Januar 2010, S. 9. und Kicker Sportmagazin Nr. 2/2011 vom 3. Januar 2011, S. 9,		
Presseerklärung FC Bayern München vom 03.04.2014		
trinitymirror.com/our-company	<i>letzter Aufruf,</i>	<i>04.01.2015</i>

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Bachelor Thesis mit dem Titel:

MEDIENMACHT - Methoden zur Meinungsbildung und Manipulation

selbstständig und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln verfasst habe. Alle Passagen, die ich wörtlich aus der Literatur oder aus anderen Quellen wie z.B. Internetseiten entnommen habe, habe ich deutlich als Zitat mit Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Arian Javanbakht