

Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 90 (1996)
Heft: 5

Rubrik: Kolumne aus der Welt der Medien : Betrug

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Betrug

Boris Jelzin hat immerhin einige Tage vor dem Davoser Weltwirtschaftsforum mitteilen lassen, dass er Wichtigeres zu tun habe, als dort der angekündigte Star zu sein. Von *Edith Cresson* fanden die Teilnehmenden des Forums Engelberg über Zusammenarbeit Europa – Asien in Wissenschaft, Technologie und Wirtschaft erst am Ort die Mitteilung vor, dass sie ihr Präsidium der Veranstaltung wegen dringender Europaminister-Sitzungen erst in der zweiten Hälfte des Kongresses ausüben könne. Dann blieb sie ganz aus. Vor einem Jahr hatte man ohne verlässliche Meldungen bis zum Schluss vergeblich auf *Umberto Eco* gewartet. Am Zermatter Symposium über Kreativität in Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft hatte 1995 der mexikanische Schriftsteller *Carlos Fuentes* an erster Stelle auf dem Programm gestanden, aber nie auf dem Podium. Dafür war *Joseph Brodsky* gekommen, der ein Jahr zuvor erwartet wurde. Sein Nobelpreis-Kollege *Wole Soyinka* hatte zunächst zugesagt, nachdem das Programm gedruckt war, wieder abgesagt, dann sich bewegen lassen, wenn irgend möglich doch zu kommen, und als niemand mehr daran glaubte, ist er erschienen.

Kongressjournalismus

Betrug? Ein grosser Betrug, ja. Aber nicht im Einzelfall. *Joseph Brodsky* zum Beispiel konnte wegen des Herzleidens nicht nach Zermatt reisen, dem er schliesslich erlegen ist. Die andern ausbleibenden Stars hatten weniger dramatische, aber nicht weniger valable Gründe zumindest vorgebracht, auch wenn man sie konkret selten erfuhr. Aber der Betrug liegt im Prinzip: Kongresse werden mit Namen gross gemacht, die nur als Namen wirken, oft

sogar auch dann, wenn sie ihren Auftritt absolvieren, so zum Beispiel *Helmut Schmidt* am Kongress eines grossen Verbandes in Montreux, wo er einen seiner bekannten historischen Abrisse lieferte, der weder mit dem Kongressthema noch mit dem Verband spezifisch irgendwie zu tun hatte.

Boris Jelzin kam mit seiner Absage an Davos in die Schlagzeilen von Presse, Radio und Fernsehen. Das Wirtschaftsforum hatte seine PR ohne irgendeine substantielle Leistung. Die Presseleute, die wegen *Edith Cresson* nach Engelberg gereist waren und dann auf sie gewartet hatten, wurden zwar enttäuscht und verärgert, aber sie waren da und wendeten sich der (prestigemässige) zweiten Garnitur zu. Das Rätselraten, ob *Umberto Eco* kommen würde, war vielleicht spannender als sein Referat gewesen wäre, und der Auftritt von *Wole Soyinka* hatte sich zweifellos durch die lange Ungewissheit tiefer eingepägt.

Das ist der grosse Betrug: Es wird nicht Stoff geliefert, nicht Gehalt, nicht Gedanken, Inhalte, Informationen, Anregung, sondern *Emotion, Thrill*, ob positiv oder negativ, ob Euphorie oder Frustration, spielt zunächst keine Rolle. Ob der Star kommt oder nicht kommt, ist unerheblich; wichtig ist, dass ein Star im Spiel ist. Wenn er kommt, umso besser, wenn er nicht kommt, sorgt auch das für Wirbel, und ob er kommt oder nicht, das ist auf alle Fälle spannend.

Wer aber betrügt da wen? Die Veranstalter das Publikum und die Medien? Die Stars die Veranstalter? Beides ist, mehr oder weniger bewusst und ausgeprägt, der Fall. Vor allem aber interessiert uns hier der *Betrug der Medienleute* gegenüber ihrem Publikum. Sie sind die entscheidenden Mitspieler.

Man wird nicht *Star*, ohne irgendeinmal

irgend etwas Ausserordentliches geleistet zu haben. Wer aber einmal Star ist, profitiert von einer Publizitätsdynamik. Mit Inputs, die mit der ursprünglichen Leistung wenig zu tun haben, kann er sie in Bewegung halten – Kapriolen und Kapricen statt Bravour. Doch die Publizitätsdynamik ist keine Eigendynamik. Es sind die Medienleute, die sie steuern; an vorderster Front sind es die Journalisten, unter denen einige sich gierig, andere auch nur zynisch auf den Stoff werfen, den erst sie entzünden, den sie oft auch erst zum journalistischen Zündstoff machen.

Jagd nach dem Aufhänger

Nicht nur Boulevardjournalisten spielen dieses Spiel mit. Der Journalist, der die Themen aufnehmen möchte, um die es auf einem Davoser, einem Engelberger oder Zermatter Kongress geht – Themen, die das gesellschaftliche und wirtschaftliche Überleben der Menschheit betreffen –, der am Kongressthema interessierte Journalist weiss, dass in der Regel die *substantiellsten Beiträge nicht von den Stars*, sondern von vereinzelt Referenten kommen, die abseits der weiteren Öffentlichkeit etwas Neues erarbeitet haben. Trotzdem wird er ein gut Teil seiner Zeit darauf verwenden, ein Exklusivinterview mit mindestens einem Star zu ergattern. Wenn er geschickt ist, mit dem Pressechef gute Beziehungen aufgebaut hat und weiss, wie man dem Star das Gefühl gibt, sein Bestes vorteilhaft anzubringen, kann auch etwas Gutes dabei herauskommen.

Vielleicht ist das Ergebnis von drei Tagen Herumrennen zwischen Kaffeefoyers, Pressezentren und Hotellobbys aber auch nur ein nichtssagendes Statement, wenn der Star überhaupt zu sprechen ist. Dieses Statement aber ist der Rettungsanker für den Journalisten, wenn er in die Redaktion telefoniert. Denn in der *Kommerzmühle* des heutigen Journalismus wollen es sich nur noch ganz wenige Redaktionen leisten, eine NZZ manchmal, manchmal eine ZEIT, aber auch die immer weniger, vielleicht noch die eine oder andere Fachzeit-

schrift, jemanden für einige Tage an einen Kongress zu schicken, ohne dass es dafür einen sensationellen Aufhänger gibt. Der Aufhänger aber ist selten das Thema des Kongresses, mag es dabei auch noch so zentral ans Mark des Lebens gehen.

Kongressjournalismus zeigt gewissermassen in der Retorte *die Degeneration des Journalismus* überhaupt. Vorausgesetzt, dass es gelingt, mit hochgeputzten Lockmitteln Aufmerksamkeit zu erregen, verwendet der Journalist den grössten Teil der Energie darauf, den Lockstoff (wenn er denn effektiv geliefert wird) so aufzubereiten, dass er auch die Leser, Hörer oder Zuschauer lockt. Lockt wozu? Lockt, sagt der Journalist, der das Thema für wichtig hält, lockt, sich auf das Thema einzulassen. Mit diesem Trick aber betrügt er nicht nur das Publikum, sondern auch sich selber.

Radio DRS und der Blick

Radio DRS hat mit dem *neuen Chefredaktor* des Blick, noch bevor dieser seine Funktion aufgenommen hat (auch das gehört zum journalistischen «must»), ein einstündiges Gespräch («Persönlich») geführt. Der Moderator, gut vorbereitet, hat den zukünftigen Blick-Chef mit konkreten Beispielen der Schaumschlägerei seines Blattes konfrontiert. Muster: Der *Titel* suggeriert eine *Sensation*, die der Artikel vielleicht noch teilweise und die Fakten überhaupt nicht einlösen. «Haben Sie den Artikel gelesen?» fragt der Chefredaktor, und triumphiert dann: Blick gelinge es, auf diese Weise ein Millionenpublikum auf Dinge aufmerksam zu machen, die es sonst beiseite lassen würde.

Faktisch heisst das: *Bildung durch Frustration*. Wer auf Sensation anspringt, will Sensation, und wenn er sie nicht erhält, ist er frustriert. Der Journalist aber, der glaubt, auf diese Weise noch irgendwelche Reste von Aufklärung oder Bildung mitzuschmuggeln, hat seine Zeit für sich selber verloren: die Zeit, die er gebraucht hätte, sich um das Thema statt um den Aufhänger zu kümmern.

Hanspeter Gschwend