JOURNALISMUS

Geflügelte PR

Ausgerechnet das vom Deutschen Journalisten-Verband (DJV) herausgegebene Magazin „journalist“ nutzt sein Renommee offenbar auch für fragwürdige PR-Arbeit. Für einen „journalist-Workshop“ zum Thema „moderne Geflügelhaltung“ schrieb der Verlag des Blatts gemeinsam mit der Lobbygruppe „Informationsgemeinschaft Deutsches Geflügel“ Journalisten persönlich an und offerierte ihnen „bei Bedarf“ auch die Bezahlung der Zimmer in einem „Flair Hotel“. In dem Seminar sollen sich die Journalisten unter anderem über „Qualitätssicherung vom Landwirt bis zur Ladentheke“ informieren und „selbst eine moderne Hähnchenhaltung besichtigen“. Die Aktion des Magazins sei mit dem DJV als Herausgeber nicht abgesprochen, sagt Verbandssprecher Hendrik Zörner. „Wir werden aber mit dem Verlag darüber zu sprechen haben.“ Der Verlag Rommerskirchen, in dem der „journalist“ erscheint, war für eine Stellungnahme nicht zu erreichen.

CLEMENS BILAN / DAPD

Schwarzer

MEDIENRECHT

Schwarzer unterliegt Kachelmann

Ein Jahr nach Jörg Kachelmanns Freispruch vom Vorwurf der Vergewaltigung ist Alice Schwarzer dem Moderator vor Gericht erneut unterlegen. Streitpunkt war eine Passage in ihrer Zeitschrift „Emma“, die sich als Vorwurf der Vergewaltigung lesen lässt – die Schwarzer aber nicht so gemeint haben will. „Emma“ hatte „Claudia D.“ in eine Reihe gestellt mit „86 800 geschätzten vergewaltigten Frauen im Jahr, deren Vergewaltiger nie angezeigt, nie angeklagt oder nie verurteilt wurden“. Mit „Claudia D.“ hatte die Presse den Namen von Kachelmanns Ex-Geliebter abgekürzt, die ihn angezeigt hatte. Sein Anwalt Ralf Höcker hatte eine einstweilige Verfügung erwirkt, Schwarzer legte Widerspruch ein. „Claudia D.“ sei ein Allerweltsname, so ihr Anwalt, und nicht zwingend jene Frau; zudem wisse der Leser, dass Kachelmann freigesprochen wurde. Das Gericht sah das anders. Schwarzer war für eine Stellungnahme nicht erreichbar. Gegen das Urteil ist Berufung möglich.

NIGGEMEIERS MEDIENLEXIKON

Brea|king News

Nachrichtenereignis im Moment seiner größten Unklarheit

Stellen wir uns vor: September 1989, deutsche Botschaft in Prag. Außenminister Genscher betritt den Balkon und sagt zu den DDR-Flüchtlingen: „Wir sind zu Ihnen gekommen, um Ihnen mitzuteilen, dass heute Ihre Ausreise …“ Jubel brandet auf, Genscher fängt an zu gestikulieren, bis er seinen Satz vollenden kann: „… leider noch nicht arrangiert werden konnte.“
Ein bisschen so war es am Donnerstag, als John Roberts, der Oberste Richter der USA, das Urteil über Obamas Gesundheitsreform verkündete. Als Erstes wies er die Rechtfertigung für die darin enthaltene Versicherungspflicht zurück. Fast jeder, der sich in dieser Sekunde hätte entscheiden müssen, hätte getippt, dass der Gerichtshof das Gesetz für verfassungswidrig erklären würde. Die Reporter der Nachrichtensender CNN und Fox News meinten, sich in dieser Sekunde entscheiden zu müssen, meldeten Obamas Niederlage – und lagen falsch.
Als sie den Fehler bemerkten, hatten sie längst begonnen, die vermeintliche Entscheidung zu analysieren und ihre monumentale Bedeutung zu betonen. Die Nachricht selbst ist längst zu einem winzigen, lästigen Kieselstein im endlosen Schwafelstrom geworden, zum einzigen Realitäts-Check in einem Rausch von Vorhersagen und Interpretationen.
Die Nachrichtensender haben sich darauf spezialisiert zu spekulieren, was passieren könnte und was es bedeuten würde, wenn es passierte. Sie können es nicht abwarten, dass es tatsächlich passiert (CNN hatte sogar einen Countdown eingeblendet), sind aber im selben Moment schon wieder damit beschäftigt zu raten, was nun als Nächstes passiert. Es hätte des Fehlers nicht bedurft, um zu wissen, dass Richtigkeit vor Schnelligkeit geht. Nach einem ähnlichen Fall vor ein paar Monaten hatte ein Journalist die schöne Regel getwittert: „Wenn du richtigliegst und Erster bist, erinnert sich niemand dran. Wenn du Erster bist und falschliegst, erinnert sich jeder dran.“ Vor allem für CNN, das ohnehin einen dramatischen Niedergang erlebt, ist die Panne ein Desaster, das den behaupteten Seriositätsvorsprung gegenüber der Konkurrenz in Frage stellt. Die Nachrichtenagentur AP musste sogar ihre Mitarbeiter auffordern, sich nicht öffentlich über die CNN-Leute lustig zu machen.
Die „New York Times“ hatte ihre Leser online übrigens in der Minute nach den „Breaking News“ einfach um einen Moment Geduld gebeten, während ihre Experten das Urteil analysierten.