

# „Wer kann, nimmt mit“

Der Werteverlust des Ulrich Wickert

**D**ie Erkenntnis klingt, als habe Ulrich Wickert sie als Überleitung zum Tagesthema Wetter erfunden: „Das Ideal und die gemeine Wirklichkeit müssen streng geschieden werden.“ In Wahrheit formulierte Johann Wolfgang Goethe den Satz schon 1824 – leider lange vor Erfindung des Fernsehens.

Bei stärkerer Beachtung der Goetheschen Maxime nämlich hätte sich die TV-Nation die Enttäuschung mit ihrem Ethik-Uli erspart.

Denn was eigentlich haben die Leute erwartet von einem, der schon seit 1991 im Auftrag der Unternehmensberatungsfirma Kienbaum Spitzenmanager in Seminaren drillt, damit sie sich in Interviews mit VIP-Journalisten Marke Wickert besser wehren können? Auch nahm ihm keiner übel, daß er 1994 bei British Airways die Einführung einer neuen Geschäftsreiseklasse dekorierte. Erst sein Einsatz als Meister Proper für Versicherungsvertreter kratzt nun am Lack des ARD-Ankermannes.

Dabei macht Wickert auch bei der Versicherung Deutscher Herold eine tadellose Figur. Im Namen der Deutschen Bank steht er laut PR-Video dafür gerade, daß „Ihre persönliche finanzielle Vorsorge ein viel zu wichtiges Thema ist, um es einfach laufenzulassen“.

Dezent im grauen Einreih mit zurückhaltend gemusterter Krawatte informiert der Bundestugendwart sachlich-sympathisch, wie es seine „Tagesthemen“-Art ist, daß die Finanz- und Sicherheitsanalyse eines DB-Beraters den Interessenten „zu gar nichts verpflichtet. Aber sie ist der ideale Anfang für Ihre finanzielle Zukunft“. Nur in der guten Stube des Versicherungskunden dürfen die 12 000 Klinkenputzer der Deutschen-

Bank-Tochter das Filmchen vorführen. Der PR-Star beteuerte denn auch wacker: „Ich mache niemals Werbung“; trotzdem haben ihn die Moralisten so heftig traktiert, daß er seine 50 000 Mark Gage nun einem Sozialdienst überweist.

Der Mann könne, so halten ihm seine Kritiker vor, nach dem Werbe-Sündenfall mit der Deutschen Bank nie mehr unbefangen deren Vor-



**Werbeträger Wickert:** „Niema! Werbung“

standssprecher Hilmar Kopper interviewen – als ließe sich die Qualität deutscher TV-Information durch solche Peanuts retten.

Wickert aber macht weiter. Am kommenden Montag spricht er in der Hamburger Universität wieder „Über den Verlust der Werte“. Finanziell gestützt wird der Vortrag von einer Buchhandlung und vom Autohaus BMW Möller – nach Angabe der Sponsoren allerdings mit „so wenig“, daß zu fürchten ist, der ehrliche Uli werde wieder mal der Dumme sein.

Das darf nicht sein. Schließlich weiß er doch: „Wer kann, nimmt mit.“