

12. Juli 2004

medien heft

Tödliche Storys

"10 vor 10" in den Fallstricken des Boulevards

Urs Meier

Das Nachrichtenmagazin des Schweizer Fernsehens DRS ist wegen eines Berichts über die Amoktat eines Zürcher Bankers in die Kritik geraten. Bedenklich ist jedoch nicht in erster Linie die als Versehen entschuld bare einzelne Fehlleistung. Gravierender ist die Tendenz des Magazins zur grösstmöglichen Emotionalisierung.

Das Nachrichtenmagazin «10 vor 10» des Schweizer Fernsehens DRS musste sich entschuldigen: Am 9. Juli tat die Moderatorin Daniela Lager Abbitte für eine redaktionelle Fehlleistung in der Sendung vom 6. Juli. Im Bericht über das Tötungsdelikt in der Zürcher Kantonalbank war bei der Erwähnung des Abschiedsbriefs des Täters ein Schriftstück gezeigt worden. "Wir haben es unterlassen, dieses als Symbolbild zu deklarieren. Es bestand nie die Absicht, das Publikum zu täuschen", sagte die Moderatorin in der "Mitteilung in eigener Sache" am Schluss der Sendung.

Die Redaktion hatte die Erwähnung des Abschiedsbriefs illustriert mit einem willkürlich nachgeahmten handgeschriebenen Brief, in dem man Wörter wie "ZKB" lesen konnte und den man demzufolge für echt halten musste. Redaktionsleiter Klaus Vieli rechtfertigte dies mit dem Argument, das Fernsehen brauche Bilder, und so habe man eben eines hergestellt. Das Vorgehen sei jedoch ein "ärgerlicher Fehler". Das Fehlen des Einblenders "Symbolbild" wurde denn auch vom landesabwesenden Chefredaktor Ueli Haldimann gegenüber der Nachrichtenagentur sda als "ein stümperhafter Fehler" gerügt. Peter Studer, Präsident des Schweizer Presserats, bezeichnete den Vorfall gegenüber der Sonntags-Zeitung gar als "krasse Täuschung der Zuschauer". Diesen Beurteilungen ist zuzustimmen. Die Frage ist aber, ob denn der Bericht mit dem geforderten Einblender in Ordnung gewesen wäre.

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: ++41 (0)1 299 33 11, Fax: ++41 (0)1 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. MwSt. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

Storytelling als Sendekonzept

Anlass des bereits dritten "10 vor 10"-Berichts über die Amoktat in Zürich-Enge war eine Medienkonferenz der Kantonspolizei am Tag nach dem Verbrechen. Äusserungen der Trauer und Betroffenheit holten die Zuschauer ab, der Personalchef sprach über die psychologische Betreuung der Angehörigen und Bankangestellten, die naheliegende Frage nach dem Motiv wurde gestreift, doch weder der (im Bild gefälschte) Abschiedsbrief noch der Sprecher der Kantonspolizei konnten dazu Hinweise geben. Es folgte die Schilderung des Hergangs: Der Täter geht planmässig vor, macht sich von zuhause mit dem Auto auf den Weg, dringt in ein Sitzungszimmer ein – und so weiter in allen Einzelheiten bis zur Selbsttötung des Amokläufers. Auch die ausführliche Darstellung der Tatwaffe samt Erwähnung der Spezialmunition, die besonders verheerende, nicht zu überlebende Verletzungen bewirkt, bleibt den Zuschauern nicht erspart.

Womit haben wir es hier zu tun? Der viereinhalb Minuten lange Beitrag bereitet die Berichterstattung über eine laufende Ermittlung auf zu einer grausigen Story. Man weiss zwar noch fast gar nichts ausser ein paar dünnen Fakten. Trotzdem macht "10 vor 10" daraus eine dramaturgisch durchgearbeitete Erzählung: Erschütterung, Suche nach dem Grund, Rekonstruktion des Tatablaufs bis dicht an die gerichtsmedizinischen Einzelheiten der Tötungsvorgänge. Bilder reproduzieren die Stereotypen des Unterhaltungskrimis (die Fahrt des Täters zur Bank mit subjektiver Kamera), die dazu gesprochenen Off-Texte schöpfen aus dem Formenrepertoire des erregten Boulevards: "Der Schock nach der Bluttat sitzt tief." "Der Täter hatte die Bluttat geplant." "Die schreckliche Bluttat bleibt rätselhaft." "Der Täter hatte sich gestern früh von seinem Wohnort Horgen auf den Weg gemacht. Er hatte Freizeitkleidung an und eine Armeepistole dabei."

Storytelling und Infotainment ist das Konzept der Sendung "10 vor 10". Das Magazin will sich so unterscheiden von der trockeneren Tagesschau. In diesem Fall machte ein Beitrag unruhig von sich reden, weil der – je nach Lesart – gefälschte oder undeckelte nachgestellte Abschiedsbrief eine klare Regelverletzung ist. Mir scheint allerdings die Tendenz zur klischeehaften Emotionalisierung insgesamt noch gravierender als der eine journalistische Fehler der versäumten Deklaration eines so genannten Symbolbildes (das ja nicht symbolisieren, sondern emotionalisieren will).

Kein Einzelfall

Es ist nicht das erste Mal, dass "10 vor 10" bei der boulevardesken Aufheizung seiner Stoffe zu viel des Guten tut. Von Februar bis April dieses Jahres war es die Geschichte der Herzpatientin Rosmarie Voser, deren Warten auf eine Organspende vom Fernsehmagazin als Fortsetzungsgeschichte aufbereitet wurde. Der deklarierte Zweck, um desentwilligen Patientin, Angehörige und medizinisches Personal mitwirkten, war die eindringliche Aufforderung zur Bereitschaft, im Todesfall Organe zu spenden. So weit, so gut. Leider nahm der Fall mit einem fatalen Fehler des Universitätsspitals Zürich ein trauriges Ende. Die Patientin starb, nachdem ihr ein falsches Spenderherz eingesetzt worden war. Den Bericht über diesen Todesfall inszenierte "10 vor 10" im Stil einer reisserischen Skandalenthüllung – obschon niemand versucht hatte, die Tatsachen zu verschleiern. Das Magazin enthüllte mit diesem Schlusspunkt eher seine eigenen kassierten Interessen. Schon zu Beginn unterlegte es nämlich der Story den Thrill: Schafft sie es, oder schafft sie's nicht? – "Was ist, wenn kein Herz kommt?", fragt die Reporterin im ersten Bericht am Krankenbett. Und als die Patientin sich zuversichtlich

gibt, bohrt sie nach (sie hat das gelernt, nicht locker zu lassen, bis Befragte sagen, was man hören will): "Wenn es aber zu spät kommt?"

Spannung war der Motor dieser Story. Der Wettlauf um Tod und Leben, live und anrührend mit der Frau von nebenan als Protagonistin – und erst noch für einen guten Zweck. Dass es tödlich enden konnte, war kein unwahrscheinlicher Unfall, denn – der behandelnde Kardiologe sagte es im ersten Beitrag – über die Hälfte der Transplantationsanwärter sterben mangels passender Spenderorgane. Der Tod der Patientin war im Konzept der Redaktion als Möglichkeit einkalkuliert. Ein emotionaler Schluss war so oder so unvermeidlich – für die Sendung eine sichere Sache.

Urs Meier ist Geschäftsführer der Reformierten Medien und Lehrbeauftragter für Medienethik an der Universität Zürich

Die im Artikel genannten Beiträge können im Archiv von "10 vor 10" eingesehen werden:
<http://www.sfdrs.ch/system/frames/news/10vor10/index.php>

Die Sendungen zum ZKB-Fall:
5. Juli, 6. Juli, 9. Juli 2004

Die Sendungen zum Thema Herztransplantation:
20. Februar, 27. Februar, 5. März, 8. April, 22. April, 23. April, 27. April 2004

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k22_MeierUrs.html