



Hans-Jürgen Art, Wolfgang Storz

„Bild“ und Wulff – Ziemlich beste Partner

Fallstudie über eine einseitig aufgelöste Geschäftsbeziehung

OBS-Arbeitsheft 71

ISSN 1863-6934

Herausgeber:

Otto Brenner Stiftung

Jupp Legrand/Wolf Jürgen Röder

Wilhelm-Leuschner-Straße 79

D-60329 Frankfurt/Main

Tel.: 069-6693-2810

Fax: 069-6693-2786

E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de

www.otto-brenner-stiftung.de

Autoren:

Dr. Hans-Jürgen Arlt

E-Mail: h-j.arlt@gmx.de

Dr. Wolfgang Storz

E-Mail: stobad@aol.com

Projektmanagement:

Jupp Legrand

Lektorat:

Elke Habicht, www.textfeile.de

Hofheim am Taunus

Satz und Gestaltung inkl. Titelcollage:

complot-mainz.de

Druck:

mww.druck und so ... GmbH, Mainz Kastel

Redaktionsschluss:

16. April 2012

Hinweis zu den Nutzungsbedingungen:

Dieses Arbeitsheft darf nur für nicht kommerzielle Zwecke im Bereich der wissenschaftlichen Forschung und Beratung und ausschließlich in der von der Otto Brenner Stiftung veröffentlichten Fassung – vollständig und unverändert – von Dritten weitergegeben sowie öffentlich zugänglich gemacht werden.

In den Arbeitsheften werden die Ergebnisse der Forschungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich.

Bestellungen:

Über die Internetseite der Otto Brenner Stiftung können weitere Exemplare dieses OBS-Arbeitsheftes kostenlos bezogen werden – solange der Vorrat reicht. Dort besteht auch die Möglichkeit, das vorliegende und weitere OBS-Arbeitshefte als pdf-Datei kostenlos herunterzuladen.

Vorwort

Joanne K. Rowling, die Erfolgsautorin der „Harry-Potter“-Romane, hat vor einiger Zeit vor dem britischen Untersuchungsausschuss über die Machenschaften von Murdoch-Medien ausgesagt. Ihrer Aussage stellte sie ein Statement für die Freiheit der Presse voran: Pressefreiheit sei ein hohes Gut, und es gebe „ehrenwerten Journalismus“, der im Wortsinn „sein Leben riskiere“. Aber am anderen Ende des Spektrums der Presselandschaft gebe es eben auch diese andere Presse, deren Verhalten aufdringlich und sensationslüstern sei. Rowling: „Ich frage mich manchmal, warum wir beides mit dem gleichen Wort bezeichnen.“

Das fragen sich die beiden Autoren Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz mit Blick auf „Bild“ schon länger. In der OBS-Studie „Drucksache ‚Bild‘ – Eine Marke und ihre Mägde“ haben sie eine viel diskutierte Antwort darauf gegeben: „Bild“ sei – in erster Linie – kein journalistisch geprägtes Massenmedium. In der jetzt vorgelegten Untersuchung der „Bild“-Berichterstattung über Christian Wulff vertiefen, erweitern und differenzieren sie diese Grundthese auf einer breiten Materialbasis, die sechs Jahre übergreift. Gleichzeitig wird mit dieser Studie ein Stück aktueller deutscher Zeitgeschichte aufgearbeitet und gründlich ausgeleuchtet.

Ohne Zweifel, in der Affäre um Ex-Bundespräsident Christian Wulff gelang „Bild“ erneut, was ihr großes publizistisches Ziel ist: eine besondere öffentliche Rolle zu spielen. Für das Verhältnis zwischen Politik und Medien wirft der unfreiwillige Rücktritt Wulffs viele Fragen auf. Wir freuen uns, mit der Studie „Bild und Wulff – Ziemlich beste Partner“ eine medienkritische Untersuchung vorlegen zu können, die nach neuen Antworten sucht.

2012 schreibt die Otto Brenner Stiftung zum achten Mal ihren Preis für kritischen Journalismus aus. Die Stiftung will nicht nur herausragende Beispiele für kritischen Journalismus prämiieren, sondern auch fundierte Kritik am Journalismus durch innovative Forschungsprojekte fördern. Wir hoffen, diesem Anspruch durch die Studie über die „Bild“-Berichterstattung zu Christian Wulff gerecht zu werden.

Frankfurt/Main, im April 2012

Die Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung

Jupp Legrand

Wolf Jürgen Röder



„Nicht Ruhe und Unterwürfigkeit gegenüber der Obrigkeit ist die erste Bürgerpflicht, sondern Kritik und ständige demokratische Wachsamkeit.“ (Otto Brenner 1968)

Ausschreibung

Otto Brenner Preis 2012

Es werden Beiträge prämiert, die für einen kritischen Journalismus vorbildlich und beispielhaft sind und die für demokratische und gesellschaftspolitische Verantwortung im Sinne von Otto Brenner stehen. Vorausgesetzt werden gründliche Recherche und eingehende Analyse.

Der Otto Brenner Preis ist mit einem Preisgeld von **47.000 Euro** dotiert, das sich wie folgt aufteilt:

1. Preis	10.000 Euro
2. Preis	5.000 Euro
3. Preis	3.000 Euro

Zusätzlich vergibt die Otto Brenner Stiftung:

**für die beste Analyse (Leitartikel, Kommentar, Essay)
den Otto Brenner Preis „Spezial“ 10.000 Euro**

**in Zusammenarbeit mit „netzwerk recherche e.V.“
drei Recherche-Stipendien von je 5.000 Euro**

**für Nachwuchsjournalisten
den „Newcomerpreis“ 2.000 Euro**

**und für Medienprojekte
den „Medienprojektpreis“ 2.000 Euro**

Einsendeschluss: 31. Juli 2012

Die Bewerbungsbögen mit allen erforderlichen Informationen erhalten Sie unter:
www.otto-brenner-preis.de

Otto Brenner Stiftung
Wilhelm-Leuschner-Str. 79
60329 Frankfurt am Main
E-mail: info@otto-brenner-preis.de
Tel.: 069 / 6693 - 2576
Fax: 069 / 6693 - 2786

Inhalt

Vorbemerkung	4
1. Der Befund in Kurzformaten	5
1.1 Drei Twittermeldungen	5
1.2 Abstract	5
1.3 Pressemitteilung: „Bild“/Wulff-Affäre aufgeklärt	5
1.4 Wissenschaftliches Summary	6
2. Forschungsfrage und Untersuchungsmethode	8
3. Jubel, Wirbel, Zapfenstreich: Die Gesamtanalyse	11
3.1 Eine gelungene Inszenierung	11
3.2 Jubel für Wulff	13
3.3 Wirbel um Wulff	13
3.4 Ausnahme oder Nebentätigkeit?	14
3.5 Es lebe der grobe Unterschied	15
3.6 Veränderungen des Mediensystems	19
3.7 Selbstverständnis des Journalismus	21
4. Der gute und der böse Wulff als Bundespräsident – „Bild“-Kostproben	24
4.1 „Bild“-Veröffentlichungen am Beispiel guter Wulff	25
4.2 „Bild“-Beziehungen am Beispiel guter Wulff	32
4.3 Der Tag des Wechsels auf der Vorder- und der Hinterbühne	33
4.4 „Bild“-Veröffentlichungen am Beispiel böser Wulff	37
4.5 „Bild“-Beziehungen am Beispiel böser Wulff	46
4.6 Jagdszenen nach dem Rücktritt	52
5. Der gute Wulff als Ministerpräsident – eine „Bild“-Schau	57
5.1 Das Amt	58
5.2 Die Familie	67
5.3 Die Freunde	75
Nachbemerkung	81
Ausgewählte Literatur	82
Über die Autoren	84

Vorbemerkung

Alle können, was wir gemacht haben: Ins Internet gehen, „bild.de“ aufrufen, in der Suchfunktion „Christian Wulff“ eingeben, das Online-Archiv ein paar Sekunden suchen lassen, die gefundenen Artikel anschauen, sortieren, lesen und analysieren.

Das sind exzellente Ausgangsbedingungen für einen kritischen Dialog, denn jede und jeder kann unsere Analyse überprüfen, kann sich das Forschungsmaterial selbst gezielt vornehmen, unsere Befunde abgleichen und beurteilen. Im Prinzip kann jeder empirische Satz, den wir formulieren, direkt an der Quelle „gegengelesen“ werden. Die Materialbasis unserer Deutungen und Schlussfolgerungen findet sich wie ein aufgeschlagenes Buch im Internet.

Offen zutage liegt auch dieser Widerspruch: Wir haben in einer ersten „Bild“-Studie den Umgang des Blattes mit der Griechenland- und Euro-Krise untersucht. Unser Befund in einem Satz aus dem damaligen OBS-Arbeitsheft 67 („Drucksache ‚Bild‘: Eine Marke und ihre Mägde“): „Bild“ ist kein journalistisch geprägtes Massenmedium, sondern ein strategisches Gemisch aus allen für ein Printprodukt verfügbaren Instrumenten der Massenkommunikation. „Das Erfolgsgeheimnis der ‚Bild‘-Zeitung sehen wir gerade darin“, haben wir im März 2011 geschrieben, „dass sie kein journalistisches Werk ist.“ Kein Jahr später gelingt es „Bild“ im Zusammenhang mit der Wulff-Affäre, in der ersten Reihe des deutschen Qualitätsjournalismus Platz zu nehmen und in ihrer Außenwirkung als Heldin der Pressefreiheit und Speerspitze des investigativen Journalis-

mus wahrgenommen zu werden. Dieser Widerspruch schreit scheinbar nach der Müllabfuhr für unsere damalige Analyse ... Wir haben stattdessen nach dem „Bild“-Material gerufen, das diese Außenwirkung erzeugt hat, und uns an Studie Nummer zwei gemacht.

Wir danken für die Hilfe von vielen Seiten. Wir danken der Otto Brenner Stiftung. Wir danken Sven Osterberg von der Nautilus-Politikberatung, der uns auch dieses Mal glänzend unterstützt hat. Prof. Dr. Olaf Hoffjann hat uns aus einer theoretischen Gegenposition heraus zum Kapitel „Gesamtanalyse“ kritische Hinweise gegeben. Elke Habicht hat in vorzüglicher Weise mit ihrer Textfeile viele Fehler aufgespießt und abgeschliffen; für verbleibende sind wir verantwortlich.

Eines ist uns noch wichtig. Weil in der Studie tausendmal und (fast) nur von „Bild“ die Rede ist, entsteht unvermeidlich der Eindruck, alle diagnostizierten Phänomene und Probleme kämen nur bei diesem Massenmedium und nicht teilweise auch bei anderen vor – sogar bei journalistischen. Aus unserer Sicht ist „Bild“ das wichtigste Beispiel für eine Entwicklung der Medienbranche, die auch andere Verlage und Sender, offline wie online, betrifft. Es verfehlt unsere Intention, wenn die Studie als „Bild“-Bashing gelesen wird. Wir wollen verstehen und öffentlich darstellen, was „Bild“ im Fall Wulff wie gemacht hat.

Offenbach und Berlin, im April 2012

Wolfgang Storz Hans-Jürgen Arlt

1. Der Befund in Kurzformaten

Anstatt einer Einleitung oder Zusammenfassung stellen wir hier die Ergebnisse der Studie in gängigen Kurzformaten vor. Die Twittermeldungen, das Abstract, die Pressemitteilung und das wissenschaftliche Summary bieten einen ersten Eindruck des Ertrags unserer Analyse.

1.1 Drei Twittermeldungen



1.2 Abstract

Gehört „Bild“ die Krone des Enthüllungsjournalismus, weil sie die Kreditaffäre des amtierenden Bundes- und damaligen Ministerpräsidenten Christian Wulff aufgedeckt hat? Die Studie „Bild und Wulff – Ziemlich beste Partner“ antwortet darauf mit der These: Wer „Bild“ im Fall Wulff für guten Journalismus lobt, muss Stalker für ihre Treue, Schwarzfahrer für umweltfreundliches Verkehrsverhalten und Schmuggler für das Überwinden von Grenzen auszeichnen. Die Studie untersucht die „Bild“-Berichterstattung zu Christian Wulff über rund sechs Jahre hinweg. Sie ordnet ihre Befunde in die Entwicklung der Medienbranche insgesamt ein und fasst die Strategie der „Bild“-Redaktion in dem Satz zusammen: Höchstmögliche öf-

fentliche Aufmerksamkeit so zu erregen, dass „Bild“ selbst dabei am besten und prominentesten wegkommt. Weil sie dabei nach Bedarf nicht nur vielfältige Instrumente öffentlicher Kommunikation – von der Werbung über die Unterhaltung bis zur PR und zum Journalismus – einsetzt, sondern auch behände in die unterschiedlichsten Rollen schlüpft, ist sie gegenüber allen anderen Akteuren und Medien, die sich jeweils an ihre Rollen und Regeln halten, strukturell im Vorteil.

1.3 Pressemitteilung: „Bild“/Wulff-Affäre aufgeklärt

Die übliche Deutung der Mailbox-Affäre als Angriff auf die Pressefreiheit sei oberflächlich, kritisiert die Studie „Bild“ und Wulff – Ziemlich beste Partner“, welche die beiden Autoren Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz jetzt als Arbeitsheft der Otto Brenner Stiftung vorgelegt haben. Auf der Basis von 1528 Meldungen des Online-Archivs von „bild.de“, in denen Christian Wulff zwischen 2006 und März 2012 eine Rolle spielt, haben die beiden Autoren die Frage beantwortet, „was ‚Bild‘ im Fall Wulff wie gemacht hat“. Sie kommen unter anderem zu dem Befund, Wulff sei zu Recht davon ausgegangen, dass zwischen ihm und „Bild“ keine Beziehung zwischen Politiker und Journalisten, sondern vielmehr eine seit vielen Jahren erprobte Geschäftsbeziehung vorgeherrscht habe.

Die Studie unterscheidet bei ihrer Analyse drei Zeiträume: In der Jubel-Phase habe „Bild“

*Journalismus aus
Notwehr*

Wulff in allen Lebenslagen glorifiziert. Während der Wechseltage im Dezember 2011 sei „Bild“ eine Getriebene gewesen, die sich aus dieser Lage nur habe befreien können, „indem sie sich selbst als Treiber profiliert“. Die Autoren: „„Bild“ steht in diesen Dezembertagen vor der Wahl, andere Medien aufdecken zu lassen, dass sie einen moralisch zweifelhaften Politiker über Jahre hinweg als Symbolfigur der Integrität und der Moralität hochgeschrieben hat – oder selbst als erste die Kreditaffäre zu veröffentlichen.“ In der Wirbel-um-Wulff-Phase ab dem 13. Dezember 2011 habe „Bild“ mit mehr Distanz und mehr Vernunft berichtet als einige andere Medien, denn sie wäre nach Einschätzung der Autoren völlig unglaubwürdig geworden, hätte sie Wulff „aus dem Himmel direkt in die Hölle“ geschickt. „Bild“ berichtete mit einer gespielten Distanz, als habe sie das Thema nur forciert, weil andere Medien es ständig aufgegriffen hätten. Journalismus als Notwehr sei die Formel, mit der sich das Verhalten von „Bild“ in diesen Wochen überschreiben lasse.

In der öffentlichen Wahrnehmung der Wulff-Affäre werde ein entscheidender Aspekt ausgeblendet, betonen die beiden Autoren: „Genau in der Zeit, in der Christian Wulff geschnorrt, möglicherweise das Parlament getäuscht und gegen das Ministergesetz verstoßen hat, hat ‚Bild‘ ihn in einer Endlosschleife als den wunderbarsten Menschen und erfolgreichsten Politiker gepriesen.“ Auf der öffentlichen Liste von Christian Wulffs engen Freunden habe regelmäßig ein besonders guter und prominenter gefehlt – eben „Bild“. Die übliche Deutung der Mailbox-Affäre als Angriff auf die

Pressefreiheit bleibe an der Oberfläche der Ereignisse. Diese Deutung zwinge die Interpreten, „Christian Wulff ein Maß an Ungeschicklichkeit und Dummheit zuzuweisen, die man gewöhnlich einem erfahrenen Bundespolitiker nicht unterstellen mag. In sein Verhalten waren so offenkundig von vornherein Wirkungslosigkeit und Scheitern eingebaut, dass es verwundert, warum nie nennenswert eine andere Erklärung versucht worden ist. Sehr viel plausibler ist die Annahme, dass Wulff zu Recht davon ausging, dass zwischen ihm und ‚Bild‘ keine Beziehung zwischen Politiker und Journalisten, sondern vielmehr eine seit vielen Jahren erprobte Geschäftsbeziehung zur Produktion von Aufmerksamkeit zu beiderseitigem Vorteil bestanden habe, die ‚Bild‘ jetzt einseitig und zum Schaden Wulffs aufkündigte.“

Die Autoren Arlt und Storz analysieren sowohl die Vorderbühne, die „Bild“-Veröffentlichungen, als auch die Hinterbühne, beispielsweise die Beziehungen zwischen „Bild“- und Wulff-Mitarbeitern. Sie zeigen im Einzelnen auf, mit welchen Stilmitteln „Bild“ in der Jubelphase „positive Sensationen“ über Christian Wulff herstellte und mit welchen Methoden sie in der Wirbel-Phase einen distanziert-journalistischen Eindruck erweckte.

1.4 Wissenschaftliches Summary

Das öffentliche Bild der „Wulff-Affäre“ ist zwiespältig. Eindeutig ist der gänzliche Reputationsverlust des Ex-Bundespräsidenten. Zwiespältig wird die Rolle der Medien bewertet. Selbst stellen sie sich als unbeugsame Vertei-

diger der Pressefreiheit dar, aber sie werden auch als überzogene Dramatisierer und Skandalisierer wahrgenommen. Die Studie „Bild und Wulff – Ziemlich beste Partner“ leuchtet die Methoden und Hintergründe der „Bild“-Berichterstattung über Christian Wulff aus – über rund sechs Jahre und auf der Basis von 1528 Meldungen aus dem Online-Archiv von „bild.de“. Ausgehend von einem Journalismusbegriff, der die „aktuelle Information“, also das Berichten und Kommentieren des Neuen und Wichtigen, als Kern definiert, werden die „Bild“-Veröffentlichungen seziert. Dabei zeigt sich, dass in der Zeit bis zur „Wulff-Affäre“, also bis zum 12. Dezember 2011, zwischen dem Medium „Bild“ und dem Politiker Wulff keine journalistische, sondern eine geschäftsmäßige Beziehung bestand. In der Berichterstattung über die Affäre hingegen bediente sich „Bild“ regelmäßig journalistischer Methoden. Die Studie fragt nach möglichen Gründen für diesen gut belegbaren Wechsel. Sie kommt in mehreren

Hinsichten zu Deutungen der bekannten Ereignisse, insbesondere der sogenannten Mailbox-Affäre, die sich von den gewohnten öffentlichen Deutungsmustern markant unterscheiden. Ausführliche empirische Belege und die Einordnung der „Bild“-Praxis in übergreifende Entwicklungstendenzen der Medienbranche runden die Studie ab. Ihre SchlussThese zu den aktuellen Tendenzen des massenmedialen Systems lautet: Wer mit tagesaktuellen Veröffentlichungen längerfristig publizistisch und wirtschaftlich erfolgreich sein will, kann das nicht auf dem ‚Tugendpfad‘ des Journalismus. Er sieht sich zwangsläufig veranlasst, „Bild“ als Vorbild zu nehmen. Diese strukturelle medienökonomische Entwicklung bildet die eigentliche Basis und damit die tieferliegende Erklärung für die wachsende, wenn auch in Teilen noch widerwillige Beachtung und Anerkennung der „Bild“-Arbeit von Seiten der Repräsentanten und Institutionen des traditionellen Qualitätsjournalismus.

„Bild“ wird zwangsläufig zum Vorbild

2. Forschungsfrage und Untersuchungsmethode

Die Ausgangsfrage dieser Studie lautet: Was hat „Bild“ ihrem Publikum über Christian Wulff mitgeteilt? Umgewandelt in eine Forschungsfrage, schließen sich folgende Überlegungen an: Was wurde nicht mitgeteilt? Welche Qualität haben die „Bild“-Mitteilungen? Welchen Typ von Kommunikation haben wir vor uns? Was und wer versetzte „Bild“ in die Lage, diese Mitteilungen zu machen? Woher kommen die Informationen, aus welchen „Bild“ ihre Veröffentlichungen formuliert und bebildert hat?

Das Untersuchungsmaterial der Studie kommt aus dem öffentlich zugänglichen Archiv des Online-Portals „bild.de“. Wer am 9. März 2012 auf dem Online-Portal „bild.de“ den Suchbegriff Christian Wulff eingab, erhielt rund 2700 Treffer. Dieses Material bildet die Ausgangsbasis unserer Untersuchung. Der Medienwandel verändert auch die Voraussetzungen der Forschungsarbeit.

Die aus dem Online-Archiv bezogene Materialbasis hat Vorteile. Sie eröffnet einen umfassenden und schnellen Zugriff auf die Veröffentlichungen von „Bild“, „Bild am Sonntag“ und „bild.de“. Es handelt sich sozusagen um „GesamtBild“-Veröffentlichungen. Wir verwenden die Bezeichnung „GesamtBild“ nur gelegentlich und sprechen in der Regel auch dann nur von „Bild“, wenn eigentlich alle drei Akteure gemeint sind.

Unsere Materialbasis hat Nachteile. Die Arbeit von „bild.de“, der Print-Ausgabe „Bild“ und der Printausgabe der „Bild am Sonntag“ („BamS“) wird behandelt, ohne dass wir einen Unterschied zwischen den drei Quellen machen. Es lässt sich sehr wohl kritisch über die

Methode diskutieren, den Output dieser drei Publikationsquellen in einen Untersuchungstopf zu werfen. Wir gehen – nach Durchsicht des Materials mit guten Gründen – jedoch davon aus, dass sich diese im Umgang mit der Causa Wulff nicht so stark unterscheiden, dass es zu grundlegend anderen Befunden führen würde, würden wir jede der drei Quellen getrennt untersuchen. Ob man im Gegenteil sogar unterstellen müsste, dass die drei Produktionseinheiten im Rahmen einer gezielten Publikationsstrategie zeitweise eine Art Arbeits- und Lastenverteilung organisiert haben, bleibt offen. Die „BamS“ jedenfalls musste öfter lange langweilige Gefälligkeitsinterviews mit Wulff führen und abdrucken.

Unter den Tisch fallen die Unterschiede des Herstellungsprozesses, von denen es zwischen „bild.de“, „Bild“ und „BamS“ allein schon aufgrund ihres sehr unterschiedlichen Publikationsrhythmus vielfältige gibt. Insbesondere fehlt der klar abgrenzbare Tages- bzw. Wochenrhythmus der Printausgaben. Die von uns untersuchten Artikel tragen alle das Datum und die Uhrzeit ihrer Veröffentlichung. Wir haben entschieden, bei den Quellenhinweisen die Uhrzeit – mit wenigen Ausnahmen – wegzulassen, weil sie für unser Erkenntnisinteresse keine relevante Größe darstellt. Das Datum, welches das Online-Archiv angibt, ist hin und wieder ‚verrutscht‘. Offenkundige Irrtümer haben wir korrigiert. Aber auch ein Datum, das plausibel wirkt, kann unkorrekt sein. Aufgrund der Kenntnis des gesamten Materials gehen wir davon aus, dass es sich dabei um inhaltlich unbedeutende Ausnahmen handelt.

Alles kommt aus der „Bild“-Werkstatt

Mit der Untersuchung des über „bild.de“ herangezogenen Materials ist ein weiterer Nachteil verbunden. „Denn, was man schwarz auf weiß besitzt, kann man getrost nach Hause tragen“, schrieb Goethe. Diesen Trost bietet das Internet nicht. Ein *gedruckter* Artikel, der in der Printversion erscheint, ist ein ‚stabiler‘ Untersuchungsgegenstand: So und nicht anders wurde er publiziert; es mag noch so lange an ihm ‚herumgedoktert‘ worden sein – am Ende steht er unabänderlich im Blatt. Ein *ausgedruckter* Artikel, der im Online-Archiv liegt, kann in verschiedenen Varianten veröffentlicht worden sein. Die Flüchtigkeit der Online-Kommunikation, die jederzeitige Chance, zu ändern, zu streichen, zu ergänzen, umzuformulieren, ein anderes Foto einzuspielen, führt dazu, dass es viele Beiträge gibt, die in kurzen Zeitabständen in unterschiedlichen Versionen auf dem Bildschirm aufgetaucht sein können. Es kommt hinzu: Ein Artikel aus dem Archiv von „bild.de“ kann in den Printausgaben überhaupt nicht oder in modifizierter Form erschienen sein. Er kann nur in einer Regional-, nicht in der Bundesausgabe gedruckt worden sein; das konnten wir anhand der Angaben in der Regel erkennen. Er kann in der „Bild“ oder in der „BamS“ gestanden haben; auch das ist in der Regel identifizierbar. Dass unter den rund 2700 Treffern auch reine Meldungen der Deutschen Presseagentur (dpa) vorkommen – so verfahren auch andere Online-Portale von Verlagen –, stellt kein Problem dar. Die dpa-Meldungen sind gekennzeichnet. Wir haben sie aussortiert, weil sie nicht Gegenstand der Analyse sind. „Streugewinne“, das ganz seltene Auftau-

chen anderer Personen mit dem Namen Wulff, wurden ebenso eliminiert wie Doubletten (die eine und andere Meldung steht doppelt im Online-Archiv). Übrig geblieben sind insgesamt 1528 Meldungen als Untersuchungsmaterial.

Wo wir eine oder aus einer dieser 1528 Meldungen zitieren, verwenden wir als Quellenhinweis nur das Datum, das im Online-Archiv angegeben ist. Lediglich in Ausnahmefällen weisen wir gesondert darauf hin, ob es sich um eine Meldung aus der „Bild“-Printausgabe, aus der „BamS“ oder von „bild.de“ handelt.

Alle die Einschränkungen und Ungenauigkeiten ändern nichts daran, dass im Archiv von „bild.de“ eine repräsentative und umfassende Sammlung der Veröffentlichungen der „Bild“-Arbeit gespeichert und abrufbar ist. Was in den Beiträgen erwähnt und weggelassen ist, wie Personen und Ereignisse dargestellt werden. Für solche und andere Analysen stellt das Material ein sehr tragfähiges Fundament dar.

Als Untersuchungszeitraum haben wir die rund sechs Jahre gewählt, die zwischen der öffentlich bekanntgegebenen Liebesbeziehung des Ministerpräsidenten Christian Wulff mit Bettina Körner und dem Zapfenstreich liegen. Am 6. Juni 2006 hat „Bild“ über die Trennung des Ehepaars Wulff berichtet, am 8. März 2012 war Zapfenstreich für den Bundespräsidenten. Mit der „Bild“-Berichterstattung über Bettina Wulff haben wir uns nicht auseinandergesetzt; das wäre eine eigene Studie wert.

Wir haben auf computergestützte quantitative Analysen weitgehend verzichtet und uns dem Material mit qualitativen Fragen genähert:

*Repräsentative
Sammlung, trag-
fähiges Fundament*

- Welche Aspekte, welche Themen behandelt „Bild“ mit Blick auf Wulff? Prominente Politiker tauchen in sehr vielen Zusammenhängen auf, die für eine öffentliche Darstellung in Massenmedien geeignet sein können.
- Vor die Mitteilung hat der liebe Gott die Information gesetzt. Bevor man etwas mitteilen kann, muss man etwas wissen oder erfinden. Wie kommt „Bild“ zu seinem Wissen und seinen Erfindungen?
- Wie kommuniziert „Bild“ die Themen? Kommunikatives Handeln kennt tausend Varianten, von A wie Arie über F wie Film, G wie Gebet, H wie Handbuch bis Z wie Zornesausbruch; auch die öffentliche Kommunikation tritt in vielen verschiedenen Typen und Spielarten auf.
- Lassen sich die „Bild“-Mitteilungen über Wulff typisieren? Wenn man die „Bild“-Me-

dienarbeiter fragt, werden sie sagen, es handle sich um Journalismus in seinen verschiedenen Darstellungsformen, wie Nachricht, Reportage, Kommentar.

Wie jeder andere Akteur ist Christian Wulff nicht dazu verurteilt, einfach nur Objekt öffentlicher Aufmerksamkeit zu sein. Er kann versuchen, selbst sowie mit Unterstützung seiner Öffentlichkeitsarbeiter darauf Einfluss zu nehmen, wie er wann dargestellt wird. Wir haben nicht die tatsächlichen „Beziehungsspiele“ zwischen „Bild“ und Wulff recherchiert; dazu lässt sich, gipfelnd in der Mailbox-Story, auch anderswo einiges nachlesen. Wir gewinnen unsere Thesen dazu – und mehr als begründete Thesen können es bei diesem Aspekt der Untersuchung nicht sein – allein aus dem veröffentlichten Material.

3. Jubel, Wirbel, Zapfenstreich: Die Gesamtanalyse

In diesem dritten Kapitel formulieren wir in sieben Schritten unsere bilanzierende und verdichtete Gesamtanalyse. Es handelt sich dabei zum einen um Abschnitte mit direktem empirischen Bezug, zum anderen um Passagen, die Zusammenhänge und Hintergründe aufzeigen und ausleuchten.

Hinweis: Leser und Leserinnen, die einen unterhaltsameren Einstieg mit ausführlichen Belegen und detaillierten Begründungen bevorzugen, empfehlen wir vorab die Kapitel 4 und 5.

3.1 Eine gelungene Inszenierung

Der Befund unserer Analyse der „Bild“-Berichterstattung über Christian Wulff – zwischen der Trennung von seiner früheren Familie im Jahr 2006 und der Trennung vom Amt des Bundespräsidenten 2012 – lautet: Was als Enthüllungsjournalismus erscheint, ist die Nebentätigkeit einer substanziell nichtjournalistischen Arbeitsweise. Wer „Bild“ im Fall Wulff für guten Journalismus lobt, muss Stalker für ihre Treue, Schwarzfahrer für umweltfreundliches Verkehrsverhalten und Schmuggler für das Überwinden von Grenzen auszeichnen. In einer Sport-Metapher: „Bild“ als Vorbild für Journalismus zu küren, bedeutet, einen Zehnkämpfer als Vorbild für Hundertmeterläufer hinzustellen; richtige Sprinter würden sich das verbiten. Deshalb verrät das Lob für „Bild“ und der ungebremste Drang der Branche, „Bild“ mit renommierten Preisen auszeichnen zu wollen, eine ganze Menge über die Verfassung des deutschen Journalismus.

Keine Frage, „Bild“ kann auch Journalismus, aber sie ist genauso sicher kein journalistisches Medium, sondern vielmehr ein Massenmedium, das alle Instrumente massenmedialer Kommunikation permanent professionell einsetzt. „Bild“ praktiziert Journalismus vorübergehend – eben dann, wenn sie erwartet, dass er bei einem Thema im Sinne von Auflage und Ansehen nützlicher ist und besser ankommt als die Unterhaltung, die Kampagne, die PR, die Werbung, die sie sonst macht. Im Fall Wulff war das so: „Bild“ hat ihre Meldungen über Christian Wulff innerhalb eines Tages, des 12. Dezember 2011, grundsätzlich verändert. Der Schalter wurde umgelegt von Unterhaltung und PR für Wulff hin zu distanzierter, kritischer Berichterstattung über Wulff. „Bild“ hat im Unterschied zu einigen anderen Medien keine hitzige Kampagne gegen Wulff gemacht, sondern – sehr viel eleganter – über die Kampagne dieser anderen Medien gegen Wulff ausführlich berichtet und parallel die eigenen Recherchen weitergetrieben. So ist es – und zugleich scheint es nur so. Im Erzeugen von Scheinwirklichkeiten ist „Bild“ einsame Spitze.

So ist es. „Bild“ hat im Grundtenor von Anfang 2006 bis zum 12. Dezember 2011 Jubel für Wulff produziert. Vom 12. Dezember 2011, 22:02 Uhr an informierte „Bild“ über den Wirbel um Wulff – den sie selbst erzeugt hat. Am 17. Februar 2012, dem Tag des Rücktritts und keinen Tag früher, fordert der „Bild“-Kommentar: „Rücktritt, Herr Bundespräsident!“ Zwischen der ersten Wirbel-Meldung und der Rücktrittsforderung vergeht (fast) kein Tag, an dem „Bild“ das Thema Wulff nicht aufgreift.

„Rücktritt, Herr Bundespräsident!“

*Der ursprünglich
geschnorrte
Sylt-Urlaub*

Trotzdem: „Bild“ übernimmt publizistisch keine aggressiv-treibende Rolle. Sie führt ihre Recherchen weiter und liefert schließlich mit dem ursprünglich geschnorrten Sylt-Urlaub den Fall für den Staatsanwalt, der Wulffs Rücktritt erzwingt. „Bild“ bewegt sich auf der Mainstream-Linie, Wulff habe sich als Bundespräsident unmöglich gemacht. Das Blatt hält dabei, insbesondere gemessen an seiner oft bewiesenen Kampagnenfähigkeit, mehr Distanz als manche anderen Medien und lässt wiederholt Pro-Wulff-Stimmen zu Wort kommen. Ein Schwergewicht der „Bild“-Meldungen liegt auf der Darstellung dessen, was andere Medien berichten und kommentieren; zusätzlich werden Stimmen und Stimmungen zur Kredit- und dann vor allem zur Mailbox-Affäre eingefangen, Zusammenfassungen geliefert, Überblicke gegeben und – gemessen an der öffentlichen Stimmung – ‚vernünftige‘ Kommentare eingestreut. Mit einzelnen Überschriften erreichen die „Bild“-Macher „taz“-Qualität, beispielsweise als vier Tage vor dem Rücktritt ein „Bild“-Mitarbeiter Wulff auf dem Staatsbesuch in Italien begleitet: „Bild‘ fliegt mit Wulff über den Rubikon“. „Bild“ bleibt bis zum Zapfenstreich souverän. Man könnte auch sagen: der Souverän.

Aus „Bild“-Sicht alles in allem eine gelungene Inszenierung, in der aus unserer Sicht ein entscheidender, „Bild“ betreffender Satz fehlt: Liebes Publikum, genau in der Zeit, in der Christian Wulff geschnorrt, möglicherweise das Parlament getäuscht und gegen das Ministergesetz verstoßen hat, hat „Bild“ ihn in einer Endlosschleife als den wunderbars-

ten Menschen und erfolgreichsten Politiker gepriesen.

Es erscheint nur so, weil „Bild“ sich nicht nur von der Rolle als Wulffs PR-Agentur verabschiedet und in die Rolle eines – vordergründig – sachlich-distanzierten journalistischen Berichterstatters begeben hat. In dieser entscheidenden Nacht ist „Bild“ in die Rolle geschlüpft ist, die sie am liebsten ausfüllt: Nicht nur werben, berichten oder kommentieren, vielmehr selbst mitmischender Akteur sein – über den sie dann berichtet (und über den die anderen Medien dann auch berichten müssen und wollen). Immer wieder titelt „Bild“: ‚Wirbel um Wulff‘ und informiert so über den Wirbel, den sie gerade auch selbst produziert. Tatsächlich musste „Bild“ in dieser Phase vergleichsweise vorsichtig publizieren, weil ihre eigene aktive Rolle beschädigt worden wäre, weil sie an Glaubwürdigkeit eingebüßt hätte, wäre sie in ihrer bekannten Aggressivität – Diekmann: „Wir wollen polarisieren, wir wollen Leuten auf die Füße treten, und zwar mit voller Absicht“ – gegen Wulff aufgetreten. „Bild“ hat mitgespielt und sich gleichzeitig zum Schiedsrichter aufgespielt. Kein Wunder, dass sie gewann. „Bild“ war in der „Wulff-Affäre der Spielführer, für den die anderen rannten, Stürmerrollen übernahmen wie „Spiegel“ und „FAZ“ oder sich einfach als Mitspieler aufdrängten wie es praktisch alle Medien machten. Die Politik war je nach Farbe hilfloser oder schadenfroher Kommentator. Und Wulff war der dankbarste Gegner, den „Bild“ je hatte. Ein Bayer würde über „Bild“ und ihre Rolle in der Wulff-Affäre getreu der Devise ‚Hund

sammer scho‘ voller Anerkennung sagen, sie sei ein ‚Sauhund‘.

3.2 Jubel für Wulff

Welche Informationen gab „Bild“ seinem Publikum über den niedersächsischen Ministerpräsidenten und späteren Bundespräsidenten Christian Wulff? Das „Bild“-Publikum erfährt im Zeitraum zwischen 2006 und dem 12. Dezember 2011, dass Christian Wulff ein Muster an Erfolgspolitik, moralischer Integrität und familiären Glücks ist. „Bild“ schreibt:

■ Wulff ist ein außerordentlich erfolgreicher und ungewöhnlich beliebter Politiker. Er wird mit seltenen Ausnahmen von allen gelobt: von bekannten Politikerinnen und Politikern des In- und Auslands, von Prominenten der Wirtschaft, der Unterhaltungs- und Kulturbranche sowie vom ‚einfachen Mann auf der Straße‘. Nicht so viel weiß das „Bild“-Publikum über das konkrete politische Handeln des Minister- und Bundespräsidenten Christian Wulff. Wo er große öffentliche Repräsentationsaufgaben wahrnimmt oder in schweren Konfliktfällen wie z. B. im Fall Thilo Sarrazin Entscheidungen treffen muss, kommt er als – umsichtig – handelnder Politiker vor. Die von Wulff zu verantwortende Landespolitik, Zahlen, Daten, Analysen über Landesschulden, Schul- und Arbeitsmarkt- sowie Infrastrukturpolitik etc. bilden Randphänomene, so etwas wie gelegentliche Fußnoten. Ausführlicher

wird seine Rolle als Integrationspolitiker – positiv – behandelt.

- Christian Wulff ist ein sympathischer, verantwortungs- und liebevoller Ehemann und Familienvater, der rücksichtsvoll eine nicht unkomplizierte Patchwork-Familie zusammenhält. Bei der Trennung von seiner früheren Frau wird er allen Anforderungen von Moral, Fairness und Christentum gerecht.
- Wulff hat mit seiner neuen Ehe dank seiner jungen, bezaubernden Frau Bettina zusätzliche Qualitäten gewonnen; er ist moderner, offener, glücklicher, kurz: noch sympathischer geworden.

3.3 Wirbel um Wulff

Die Geschäftsgrundlage des Jubels für Wulff ist im Dezember 2011 entfallen. Das weiß „Bild“ aufgrund seiner eigenen Recherchen. Vor allem aber weiß „Bild“, dass der „Stern“ und der „Spiegel“ unmittelbar davorstehen, das zu publizieren, was sie selbst auch herausbekommen hat: Wulff hat vor dem niedersächsischen Landtag eine Aussage gemacht, die für ihn vielleicht nicht juristisch, aber moralisch tödlich ist. „Bild“ steht in diesen Dezembertagen vor der Wahl, andere Medien aufdecken zu lassen, dass sie einen moralisch zweifelhaften Politiker über Jahre hinweg als Symbolfigur der Integrität und der Moralität hochgeschrieben hat – oder selbst als Erste zu veröffentlichen. Alles spricht dafür, nichts dagegen, die große Enthüllung selbst zu inszenieren. „Bild“ zieht in seinen Veröffentlichungen den Wechsel an ein und demselben Tag durch, am 12. Dezember

2011: Tagsüber wird Wulff noch bejubelt, um 22.02 Uhr kommt die Wirbel-Meldung.

Wie brisant die „Bild“-Verantwortlichen diese Dezembertage erlebt haben müssen, tritt erst dann klar hervor, wenn man die entstandene Situation vor dem Hintergrund des neuen Anspruchs und der inzwischen gepflegten Selbstdarstellung von „Bild“ bewertet. Das „Schmuddelkind“ der Vergangenheit hätte kein großes Problem damit haben müssen, dass ihm ein prominenter Geschäftspartner ‚wegkippt‘, selbst wenn es der Bundespräsident ist. Für das „Leitmedium“ von heute hingegen, das sich in der Mitte der Gesellschaft verortet und ständig zeigen will, wie gut und wie viel besser als andere Medien es seine Arbeit macht, wäre der Ansehensverlust äußerst schmerzhaft gewesen. Vom richtigen Umgang mit der Situation, von einer angemessenen Dosierung der Darstellung der Person Wulff und der Ereignisse hängt für „Bild“ eine Menge ab. „Richtig“ und „angemessen“ heißt aus „Bild“-Sicht: Das eigene hochgehaltene Image zu retten, also vor ihrem Publikum und der gesamten Öffentlichkeit als unabhängiger, unbestechlicher Akteur dazustehen, der es mit jedem und mit allem aufnimmt.

Das „Bild“-Publikum erfährt im Zeitraum zwischen dem 12. Dezember 2011 und dem Zapfenstreich am 8. März 2012 über den Bundespräsidenten Christian Wulff inhaltlich, was es in allen anderen Massenmedien auch lesen oder hören kann – mit den drei Unterschieden:

1. „Bild“ publiziert als erste den Verdacht, Wulff habe das niedersächsische Parlament im Zusammenhang mit einem Privatkredit getäuscht.
2. Wulff spricht auf die Mailbox des „Bild“-Chefredakteurs.
3. „Bild“ liefert mit der Geschichte über den vorab von Groenewold finanzierten Sylt-Urlaub den Anlass für staatsanwaltliche Ermittlungen.

Diese drei Momente lassen „Bild“ zur Kronzeugin der Anklage werden, während alle anderen sich mit dem Status von Nebenklägern bescheiden müssen.

3.4 Ausnahme oder Nebentätigkeit?

Im Zusammenhang mit der Kreditaffäre und dem Rücktritt des Bundespräsidenten Christian Wulff erntet „Bild“ viele journalistische Lorbeeren. Bedeutende journalistische Qualitätsmedien sorgten sich – nach einem Telefonanruf des damaligen Bundespräsidenten auf dem Handy des Chefredakteurs und Herausgebers von „Bild“, Kai Diekmann – in zahlreichen Kommentaren und Berichten, es gehe jetzt gemeinsam auch darum, die Unabhängigkeit von „Bild“ vor Wulffs bösem Angriff auf die Pressefreiheit zu schützen. „Bild“ sitzt mit ihren Repräsentanten bei diesem Thema in der ersten Reihe des deutschen Journalismus. Sosehr waren die Chefredaktionen der großen und kleinen Medienhäuser lange nicht mehr ‚Seit‘ an ‚Seit‘ mit „Bild“-Kolleginnen und -Kollegen in Sachen Journalismus.

„Bild“ wird jetzt dargestellt als ein Blatt, an dem zwar eine Menge auszusetzen, das aber trotzdem zu journalistischen Höhenflügen in der Lage sei. Das „Medium-Magazin“ (03/2012, S. 24 f.) sammelte Stimmen: „Auch eine verabscheuungswürdige Zeitung kann guten Journalismus machen“ (Christian Bommarius). „Bild ist zwar alles andere als ein leuchtendes Vorbild bei kritischem, aufklärerischem Journalismus, aber in diesem Fall ...“ (Claus Richter). „Das war für sich genommen hervorragender Journalismus ... aber nimmt man ‚Bild‘ insgesamt ...“ (Christoph Lütgert). Nach dieser Logik des Lichtstrahls in der Dunkelheit müsste Christian Wulff für seine Islam-Rede mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet werden, falls „Bild“ ein Journalistenpreis verliehen wird. Wie „Bild“ im Fall Wulff gearbeitet hat, wird von der herrschenden Meinung der Medienbranche als Ausnahme eingeordnet und in einen Gegensatz gebracht zu dem, wie „Bild“ normalerweise funktioniert.

Wir halten diese Sichtweise für falsch. Eine solche Deutung hat nach unserer Analyse nicht verstanden, wie „Bild“ arbeitet. Im Fall Wulff haben die „Bild“-Medienarbeiter gemacht, was sie immer machen: ‚ziemlich erfolgreichste‘ Massenkommunikation im Zeitungsformat plus Öffentlichkeitsarbeit in eigener Sache. Die Wulff-Enthüllung war nicht eine auszeichnungswürdige Ausnahme, sondern eine Nebentätigkeit der „Bild“-Praxis.

3.5 Es lebe der grobe Unterschied

Am Beispiel des Falles Wulff kann die „Bild“-Machart im Detail aufgezeigt werden, weil er zugleich ein klassischer Fall für die Umsetzung der Blattstrategie ist. Die Summe der Details der Causa Wulff lässt sich am Unterschied zwischen einer Meldung nach rein journalistischen Maßstäben und einer „Bild“-Meldung darstellen.

Eine journalistische Meldung über Wulff muss zwei Kriterien erfüllen:

Die Redaktion selbst ist der Meinung, die Meldung sei neu und wichtig. Und die Redaktion geht begründet davon aus, dass wenigstens ein bedeutsamer Teil ihres Publikums sie ebenfalls für neu und wichtig halten wird. Ob diese Kriterien erfüllt sind, entscheidet sich letztlich auf der Seite der Adressaten. Was für den einen neu ist, kann ein anderer schon lange wissen; was dem einen wichtig ist, kann für andere drittrangig sein. Im Fall einer Mitteilung über den Bundespräsidenten ist das Kriterium „wichtig“ ziemlich leicht zu erfüllen – sofern die Adressaten als Staatsbürger, als politische Menschen angesprochen werden. Soll eine öffentliche Mitteilung über Wulff mehr – potenziell alle des Deutsch-Lesens mächtigen – Menschen ansprechen, muss sie schon überaus wichtig – oder irgendwie sensationell sein. „Wichtig“ und „sensationell“ können zwei sehr verschiedene Dinge sein. Will eine Zeitung sicherstellen, dass ihrer Veröffentlichung über Wulff nicht nur von dem harten Kern politisch Interessierter Aufmerksamkeit geschenkt wird, wird sie besser eine Prise Sensa-

„Wichtig“ muss nicht gleich „sensationell“ sein

tion dazugeben, sei es im Inhalt, sei es in der Art der Darstellung. Soll heißen: Eine journalistische Mitteilung über Wulff braucht nicht als knochentrockene Nachricht über seine Amtsgeschäfte verbreitet zu werden, sie kann natürlich auch von seiner Scheidung und der Heirat mit einer „neuen, jungen“ Frau handeln. Allerdings gibt es für den sensationellen Touch eine kritische Grenze, die im Einzelfall schwer zu ziehen ist. Aber dass Journalismus, auch Boulevard-Journalismus, nach Inhalt und Form mehr als „Sensationsmache“ sein muss, ist unbestritten. Über die feinen Unterschiede brauchen wir hier nicht zu streiten, denn wir haben es mit groben Unterschieden zu tun.

Eine „Bild“-Meldung über Wulff muss ganz andere, nämlich diese vier Kriterien erfüllen:

- Sie muss erstens so sensationell wie möglich sein. Das berichtete Ereignis muss beispielsweise „das erste Mal“ stattfinden, es muss sich in Superlativen ausdrücken, in besonders emotionalen Worten und Bildern darstellen lassen.
- Sie muss zweitens helfen, „Bild“ als ein Medium zu profilieren, das mehr weiß, näher dran ist, schneller ist als jedes andere Massenmedium. Nur wenn sie auch eine Werbung für „Bild“ bedeutet, ist die Mitteilung brauchbar.
- Sie muss drittens, wenn das Näherdransein und das Mehrwissen nachhaltig gewährleistet sein sollen, vom Berichtsubjekt, also in diesem Fall von Wulff, als positiv angesehen werden, denn niemand wird auf Dauer ein Medium mit persönlichen, internen, ex-

klusiven Informationen füttern, wenn anschließend negative Berichterstattung dabei herauskommt. Die Mitteilungen müssen sich wie eine Art Fanpost lesen, wie offene Briefe von Anhängern und Bewunderern, dann ist das Miteinander und Füreinander gewährleistet. Klar ist: Dauerhaft können positiv verwertbare exklusive Informationen über Wulff nur von Wulff selbst bzw. seinen Öffentlichkeitsarbeitern kommen.

- Sie muss viertens den Widerspruch zwischen den beiden Kriterien „sensationell für das Publikum“ und „positiv für Wulff“ managen. Natürlich wäre es sehr viel leichter, mit negativen Enthüllungen über den Minister- bzw. Bundespräsidenten Aufmerksamkeit zu gewinnen. Eine Meldung über Wulff und positiv für Wulff, das klingt schon per se langweilig. Wie kann man trotzdem dafür Aufmerksamkeit wecken? Schwierig. „Bild“ hat sich über Jahre bemüht. „Bild“ machte aus den Wulffs so eine Art modernes High-Society-, Glamour- und Glitzer-Monarchenpaar – das aber „so wunderbar normal“ geblieben sei. Viel leichter ist Aufmerksamkeit mit der negativen Sensation zu gewinnen, dem Skandal. Um Skandale aufzudecken, werden Informanten benötigt, die Wulff beschädigen möchten. Im politischen Geschäft mangelt es wirklich nicht an Informanten, die anderen, am liebsten ihren politischen Gegnern, schaden wollen. Aber auf Dauer gesehen müssen die Blattmacher entscheiden, ob sie Geschäfte mit Wulff oder auf Kosten von Wulff machen

wollen. Der Name Wulff kann hier durch jeden anderen prominenten Namen ersetzt werden. „Sensationell“ und zugleich „positiv“ zu berichten ist, zumal bezogen auf einen Politiker, eine echte Herausforderung. Was ist noch positiv, aber schon sensationell? Dieser Balanceakt kann nur im Zusammenspiel beherrscht werden. Es müssen kontinuierliche und enge Abstimmungsprozesse, regelmäßige Deals stattfinden, die einer Vertrauensbasis bedürfen. Man muss sich aufeinander verlassen können. Das können nur ziemlich beste Partner. Dass diese über Jahre hinweg für beide Seiten erfolgreich abgewickelten Deals irgendetwas mit Pressefreiheit zu tun haben könnten, auf die Idee kann nur jemand kommen, der von außen beobachtet und diesen – im vorliegenden Fall völlig unangemessenen – Maßstab anlegt. Wulffs Anruf auf Diekmanns Mailbox war die logische Fortsetzung der ziemlich besten Partnerschaft, allerdings unter veränderten Vorzeichen. Da hat in Wirklichkeit nicht der Bundespräsident angerufen, sondern ein alter Geschäftspartner von „Bild“, der sich darüber beschwert, dass über Nacht die gemeinsamen Geschäftsbedingungen einseitig aufgekündigt werden.

Investigativer Journalismus, also eine journalistische Arbeit, die sich ihrem Thema ausforschend und enthüllend widmet, und aufsehen-erregende Fanpost, wie sie „Bild“ über Wulff jahrelang produziert und publiziert hat, weisen eine aufschlussreiche Parallele auf: Sie wollen

ganz nah ran, sie wollen es genau und in allen Details wissen. Das macht sie beide für Prominente irgendwie unangenehm, aber es handelt sich um Unannehmlichkeiten ganz verschiedener Art. Investigative Journalisten versuchen die Schutz- und Sicherheitsvorkehrungen zu durchbrechen, die bestimmte Sachverhalte der öffentlichen Beobachtung entziehen. Sensationshungrige Fans auch. Der Journalist/die Journalistin allerdings zielt erstens auf gesellschaftlich relevante Sachverhalte und nimmt zweitens billigend in Kauf, dass deren Bekanntwerden dem Prominenten schaden; dabei ist das Recherche- und Veröffentlichungsmotiv nicht, einer Persönlichkeit zu schaden – das Motiv der Informanten allerdings sehr wohl –, sondern, einen gesellschaftlich, politisch, wirtschaftlich, gesundheitlich etc. wichtigen Tatbestand aufzudecken. Der Fan interessiert sich erstens für persönliche Details, von denen er zweitens am liebsten solche bekanntgibt, die seinem Idol nützen, jedenfalls möglichst nicht schaden. Im Fall Wulff hat „Bild“ sich jahrelang wie ein Fan verhalten, der sein Idol bejubelt. An einem bestimmten Punkt hat „Bild“ die Rolle des Fans aufgegeben und sich zur Publikation von persönlichen Details entschlossen, die Wulff beschädigen; deren gesellschaftliche Relevanz lassen wir im Moment dahingestellt. Dass es am Ende ein Totalschaden wurde, hat Wulff durch sein „Krisenmanagement“ mit verursacht.

Wulffs desaströser Umgang mit der Krisensituation lässt sich daraus erklären, dass er, geprägt von den „Bild“-Kontakten, die Beziehung zu den Massenmedien nur als ein Spiel

*Erfolgreich
abgewickelte Deals –
über viele Jahre
hinweg*

*Auf einmal spielt
und dealt niemand
mehr mit Wulff*

mit Lockungen und gelegentlichen Drohungen gewohnt war. Von diesem Grundverständnis aus ist es konsequent, in einer Bedrohungssituation nur noch juristisch mit den Medien zu verkehren. Pressefreiheit dürfte, außer in dem einen und anderen Redemanuskript, in Wulffs Umgang mit den Medien nie ein Gesichtspunkt gewesen sein.

Aus Wulffs Sicht ist die Begegnung zwischen ihm und einer Journalistin oder einem Journalisten ein Aufeinandertreffen zweier Öffentlichkeitsarbeiter, die aushandeln, was im beiderseitigen Interesse veröffentlicht wird und was nicht. So ist er durch die Zusammenarbeit mit „Bild“ massenmedial sozialisiert. So hat er versucht, in seiner politischen und persönlichen Krise im Umgang mit den Medien zu operieren – bis er gemerkt hat, dass keiner mehr mitspielt, niemand mehr mit ihm dealt. „Bild“ und Wulff, das sind ziemlich beste Partner. Wulff hat mitgespielt, bis ihm mitgespielt wurde. Der „Bild“-Sonnenpräsident hat sich eingebildet, dass er die Regeln des Spiels bestimmt. Am 12. Dezember 2011 holt ihn die „Bild“-Realität ein mit der bekannten Reaktion: „Ja, ein Bundespräsident quatscht eine Mailbox voll. Er fleht, er droht. Er zeigt enttäuschte Liebe zur ‚Bild‘-Zeitung“ (SZ-Journalist Hans Leyendecker).

Auf der öffentlichen Liste von Christian Wulffs ‚Freunden‘ (siehe unten Abschnitt 5.3) fehlt regelmäßig ein besonders guter und prominenter – eben „Bild“. Hätte statt seiner PR-Agentur „Bild“ zum Beispiel der Finanzunternehmer Carsten Maschmeyer, Filmproduzent David Groenewold, Eventmanager Manfred

Schmidt oder gar sein Familienunternehmer Egon Geerkens „die Rechnung“ präsentiert, hätte Wulff auch dem die Mailbox gefüllt. Wulff, „Bild“, Groenewold etc. waren ein Dreamteam, das auch gerne im Berliner Springer-Hochhaus feierte:

bild.de, 30. Juni 2006

„... Die Nacht der VIP-Freunde Berlin. Es war das bislang intimste und beste Dinner der 46. Berlinale: ‚Ein Abend unter Freunden‘ von David Groenewold (32, GFP-Fonds) und Thomas Heinze (41) im 19. Stock des Springer Verlags. 293 Gäste, darunter kein Möchtegern, nix Luder, nur Very-Wichtige. Alexandra Neldel (30) verzückte Niedersachsens Christian Wulff (46, CDU) ...“

Oder 2009 mit der Überschrift „Ein Abend unter Freunden“:

bild.de, 9. Februar 2009

„Dinner unter Freunden‘ im Axel Springer Journalistenclub. Die Berlinale – mal ganz privat. Produzent David Groenewold und Schauspieler Thomas Heinze luden zum super exklusiven ‚7. Dinner unter Freunden‘ in den Axel Springer Journalistenclub. 100 handverlesene Gäste kamen zu Steinbutt-Filet und Mohnauflauf. Darunter: Ministerpräsident Christian Wulff, Regisseur Helmut Dietl, Schauspielerin Simone Thomalla, der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit, Axel-Springer-Chef Dr. Mathias Döpfner und Axel-Springer-Vorstand Dr. Andreas Wiele.“

Die Perspektive der Geschäftsbeziehung erlaubt es, anders als die journalistischen Medien auf den Anruf von Christian Wulff bei „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann zu blicken. Die journalistischen Medien sehen darin einhellig den verwerflichen Versuch eines mächtigen Politikers, die Unabhängigkeit eines ihresgleichen, also eines anderen journalistischen Mediums, zu beeinträchtigen. So sorgten sie dafür, indem sie sich in den Kampf um die Unabhängigkeit eines von der Politik bedrohten Mediums warfen, dass „Bild“ in der breiten Öffentlichkeit zwangsläufig als bedeutendes investigatives Medium erschien. „Bild“ musste nicht mehr tun, als die Mailbox-Nachricht vertraulich, geschickt selektiv und Stück für Stück in die Branche einsickern zu lassen.

Die Deutung ‚Bedrohung der Pressefreiheit‘ zwingt die Interpreten zudem, Christian Wulff ein Maß an Ungeschicktheit und Dummheit zuzuweisen, die man gewöhnlich einem erfahrenen Bundespolitiker nicht unterstellen mag. In sein Verhalten waren so offenkundig von vornherein Wirkungslosigkeit und Scheitern eingebaut, dass es verwundert, warum nie nennenswert eine andere Erklärung versucht worden ist. Für die Deutung aus dem Blickwinkel der Geschäftsbeziehung sind mehr einleuchtende Gründe vorzutragen als für diejenige der bedrohten Unabhängigkeit. Die Vorstellung, ein offensichtlich in der Bredouille sitzender Christian Wulff sei in der Lage, das größte Medium des Landes mit einem verzweifelten Anruf unter Druck zu setzen, hat etwas Absurdes. Sehr viel plausibler ist die Annahme, dass Wulff zu Recht davon ausging, dass zwischen

ihm und „Bild“ keine Beziehung zwischen Politiker und Journalist, sondern vielmehr eine seit vielen Jahren erprobte Geschäftsbeziehung zur Produktion von Aufmerksamkeit – siehe oben – zu beiderseitigem Vorteil bestünde. Das lässt sich mit einer Analyse der „Bild“-Texte belegen – siehe Kapitel 4 und 5.

3.6 Veränderungen des Mediensystems

Wer die Medienwelt verstehen will, muss zumindest testweise bereit sein, ein paar gewohnte Blickverengungen aufzugeben. Die journalistische Aufgabe, ein breites Publikum über Neues und Wichtiges zu informieren, das Wichtige zu kommentieren und so zu orientieren, ist nur *ein* Programmteil der *Massenmedien*; Unterhaltung und Werbung sind die beiden anderen Programmtypen. Aber zu moderner öffentlicher Kommunikation gehören nicht nur die Veröffentlichungen der Massenmedien mit ihren drei Programmtypen, sondern auch die vielspurige *Öffentlichkeitsarbeit* zahlreicher anderer Akteure, allen voran der Organisationen der Wirtschaft und der Politik sowie prominenter Personen, beispielsweise aus Kultur und Sport. Diese Öffentlichkeitsarbeit – hier benutzt als Oberbegriff für Marketing, PR, Kampagnenarbeit und so weiter – zielt zum einen darauf, sich aus eigener Kraft öffentlich zu präsentieren und zu inszenieren, zum anderen versucht sie, im eigenen Interesse Einfluss zu nehmen auf die Veröffentlichungen der Massenmedien, vor allem der journalistisch geprägten Massenmedien, verfügen diese doch unverändert über relativ hohe Glaubwürdig-

*Plausible Annahme
contra
absurde Vorstellung*

*Unabhängige
Trutzburg der
Pressefreiheit*

keit; die mögliche Wirkung von Medien auf ihr jeweiliges Publikum ist mit dem Grad an Glaubwürdigkeit eng verbunden.

In unserem Zusammenhang ist der folgende Gesichtspunkt besonders relevant: Mass mediale Akteure, also beispielsweise Zeitungsverlage und Sendeanstalten, sind Multifunktionäre der Öffentlichkeit. Sie verbreiten nicht nur journalistische Inhalte. Sie verbreiten gleichermaßen auch unterhaltende und werbliche Mitteilungen. Verlage und Sender machen zudem auch Öffentlichkeitsarbeit, das heißt, sie veröffentlichen in eigenem Interesse und versuchen zu beeinflussen, wie sie von anderen Akteuren öffentlich wahrgenommen und dargestellt werden. Festzustellen ist die – ökonomisch forcierte – Tendenz, diese Gesamtleistung, also alle Veröffentlichungen eines Medienhauses, einem einheitlichen Management zu unterwerfen. Die innere Organisation der Medienhäuser und die besondere Organisation der Redaktionen – Stichwort Zentralisierung via Newsdesk – hat sich dadurch grundlegend verändert. Diese Entwicklung verläuft branchenweit. Die Unterschiede und Veränderungen lassen sich anhand zweier Grundfragen beschreiben: Wie konsequent wird in einem Medienunternehmen eine solche kommunikative Gesamtregie durchgesetzt? Wie viel Journalismus kann sich bei diesen Veränderungen als eigenständige Arbeitsweise überhaupt noch erhalten oder eventuell sogar neu etablieren?

„Bild“ hat – je nach Perspektive – den Vorteil oder den Nachteil, seit jeher die Arbeit der Redaktion an der unternehmerischen Gesamt-

strategie auszurichten. Man darf es sich, was die „Bild“-Redaktion unter Kai Diekmann betrifft, nicht als Übergriff des Axel Springer Verlages auf „Bild“ vorstellen. Es gehört vielmehr zum „Bild“-Redaktionskonzept, nicht journalistisch, sondern unternehmerisch zu entscheiden. Die journalistischen Elemente, ohne die auch die „Bild“-Zeitung nicht auskommt, bilden ein Instrument, das dem Management und damit dem Verkaufserfolg zu dienen hat und nur diesem.

In der Tradition des Selbstverständnisses journalistischer Arbeit liegt es, alles fein säuberlich auseinanderzuhalten und sich mit nichts zu beschäftigen, was außerhalb der journalistischen Aufgabe liegt. Jede Redaktion bekommt jedoch zu spüren, dass sie Teil einer Organisation ist, die ihre Existenz behaupten muss, in der Regel wirtschaftlich, im Fall des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor allem politisch. Das journalistische Selbstverständnis will davon möglichst wenig wissen. Es sieht in der Redaktion eine unabhängige Trutzburg der Pressefreiheit, die es gegen jedes Ansinnen des Vertriebs, des Marketings, der Technik, der Anzeigen- und Werbeabteilung, des Controlling etc. zu verteidigen gilt. Und diese redaktionelle Aufgabe ist: das Publikum über Neues und Wichtiges „unabhängig“ zu informieren und zu orientieren. Das „Bild“-Konzept besteht darin, diese Grenzen zwischen Journalismus, Unterhaltung, Werbung und eigener Öffentlichkeitsarbeit buchstäblich zu ignorieren sowie offensiv und permanent zu verletzen. Alle großen Verlage und Sender machen dies in ihrem Alltag bisher nur ein bisschen, tun jedoch vie-

les, um diese ‚Verfehlungen‘ gegen das herkömmliche journalistische Handwerk zu ‚überspielen‘, zu verharmlosen und zu verheimlichen. Sie wagen es also nicht, diese Grenzen so konsequent und rücksichtslos zu überschreiten wie die „Bild“-Medienarbeiter. Weil alle anderen sich heimlich und halbherzig auf den Weg dorthin machen, wo „Bild“ sich schon befindet, deshalb wirkt „Bild“ oft als Antreiber und die anderen als Getriebene. Weil die anderen teils versteckt, teils leicht erkennbar „Bild“ nacheifern, können die „Bild“-Macher daraus Bestätigung, Selbstbewusstsein, ja Überlegenheitsgefühle beziehen – was sie in ihren öffentlichen Auftritten als Repräsentanten des Blattes inzwischen auch zur Schau tragen.

In der Wulff-Affäre wird die zunehmende Ablösung des Typs Journalismus durch aufmerksamkeitsheischende Massenkommunikation plus Eigenwerbung sehr deutlich. Die Massenmedien füttern sich gegenseitig. Jedes berichtet, was ein anderes gerade „enthüllt“ hat. Weil jedes einmal etwas haben will, was alle anderen noch nicht haben, wird ein geschenktes Bobby-Car zum bekanntesten Spielzeug des Jahres. Und abschließend feiern sich die Medien gemeinsam als Helden der Demokratie.

3.7 Selbstverständnis des Journalismus

Der Journalismus hat im Prinzip Probleme mit Werbung, Unterhaltung und Öffentlichkeitsarbeit. Dass „sein“ Produkt, die Zeitung oder die Sendung, der Werbung Raum geben muss, um die Finanzierung sicherzustellen, stört ihn. Er bekämpft dieses Störgefühl, indem er auf strik-

te Trennung achtet: Er veröffentlicht die aktuellen Informationen, während der Verlag oder der Sender sich dafür bezahlen lässt, die Werbung anderer Leute zu publizieren. Zwischen der Anzeigenabteilung und der Redaktion gibt es eine Firewall; so wenigstens Anspruch und Lehre. Der Journalismus empfindet es als Zumutung, wenn von ihm verlangt wird, für den eigenen Sender oder das eigene Unternehmen Werbung zu machen; für die persönliche eigene Arbeit, das gute Interview, die Enthüllung, die analytische Serie: das ja – aber mehr nicht. In der heutigen, privatwirtschaftlich geprägten Lebensphase der Massenmedien hat dieser Purismus nicht mehr viele Chancen, gleichwohl bestimmt er unverändert in weiten Teilen Selbstdarstellung, Selbstverständnis und – soweit es noch geht – das Tun des Journalismus.

Dass „sein“ Produkt, die Zeitung, die Sendung etc., der Unterhaltung Raum geben muss, dass er statt Information Infotainment machen soll, passt dem Journalismus überhaupt nicht. Allerdings stellen die Verweise auf Auflage und Quote keinen stummen, sondern einen lautstarken Zwang der Verhältnisse dar. Massenmedialer Erfolg ist ein schwer schlagbares Argument. Zum Hit, Bestseller, Blockbuster bringt man es erfahrungsgemäß nicht mit Journalismus, jedenfalls nicht mit Journalismus allein.

Dass er „sein“ Produkt von der Öffentlichkeitsarbeit der Akteure beeinflussen lassen soll, über die er kritisch und unabhängig berichten will, macht dem Journalismus ein schlechtes Gewissen. Von den PR-Fuzzis und Marketing-Mädchen lässt sich doch ein gestan-

Die Massenmedien füttern sich gegenseitig

„Bild“ macht
vielleicht dumm,
dumm gemacht
ist sie nicht

dener Journalist nichts vormachen. Er kopiert nur gelegentlich, weil ihm seine Arbeitsbedingungen keine Zeit für etwas Besseres lassen, ein paar Absätze der Pressemitteilung des Unternehmens, des Verbandes, der Partei in seinen Text. Dass der Journalismus selbst Öffentlichkeitsarbeit macht, das geht gar nicht – für seinen Verlag nicht und auch sonst für nichts und niemanden. Nur ab und zu, wenn er ein bisschen zusätzliches Geld braucht, erledigt der Journalist, vor allem wenn er ein „freier“ ist, den einen und anderen Auftrag einer PR-Agentur.

Mit diesen Ungereimtheiten zwischen hehren Vorgaben und den Zumutungen des Alltags hat „Bild“ zugunsten einer eigenen Doppelmoral aufgeräumt: In der alltäglichen Praxis gehen Unterhaltung, Werbung, Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit systematisch ineinander über. In Räumlichkeiten übersetzt: Bei „Bild“ sitzen die hauseigene PR, die Anzeigenabteilung, das Event-Marketing und die Redaktion in einem Großraumbüro. Jede Leistung für sich hoch spezialisiert, aber gleichzeitig in einer gemeinsamen Strategie zusammengebunden. Publiziert wird, was die größte Aufmerksamkeit beim Publikum und die beste Werbung für das Blatt erwarten lässt. In der öffentlichen Selbstdarstellung hingegen wird das Bild vom „exzellenten Journalismus“ gepflegt.

Das ist die Strategie der „Bild“-Redaktion: Höchstmögliche öffentliche Aufmerksamkeit so zu erregen, dass „Bild“ selbst dabei am besten und prominentesten wegkommt.

„Bild“ macht vielleicht dumm, ist aber bestimmt nicht dumm gemacht. Was ihre politischen Kritiker nicht sehen wollen und nicht verstehen können: „Bild“, die so einfach, so platt, so holzhammermäßig daherkommt, ist ein hochkomplexes und hochsensibles Produkt. In der „Bild“-Redaktion wird mit Intelligenz, Routine, Radikalität und gnadenloser Geschäftstüchtigkeit ein Massenmedium hergestellt, das auf publizistischen und ökonomischen Erfolg getrimmt ist.

„Bild“ hat damit im Vergleich zu Publikationen, die sich auf das Handwerk des Journalismus konzentrieren, eine unternehmerisch gesehen modernere, massenmedial und betriebswirtschaftlich erfolgreichere Strategie. Das Catch-all-Konzept – mit allen massenmedialen Mitteln möglichst alle zu erreichen und dabei selbst als der Größte zu erscheinen – bildete lange Jahre ein Alleinstellungsmerkmal der „Bild“-Zeitung. In seinem Aufsatz „Der Triumph der Bild-Zeitung oder Die Katastrophe der Pressefreiheit“ hat Hans Magnus Enzensberger (1983) als Erster und weithin Einziger das Produkt „Bild“ durchschaut und zutreffend als „schrankenloser, erfolgreicher, radikaler“ charakterisiert. Heute ist „Bild“ Leitmedium, weil sich das Mediensystem unter den Zwängen des Marktes weiterentwickelt und der „Bild“-Strategie zunehmend recht gibt. Wer mit tagesaktuellen Veröffentlichungen längerfristig wirtschaftlich erfolgreich sein will, kann das nicht auf dem ‚Tugendpfad‘ des Journalismus. Er sieht sich veranlasst, „Bild“ als Vorbild zu nehmen. Diese strukturelle medienökonomische Entwicklung bildet die eigentliche Basis

und damit tieferliegende Erklärung für die wachsende, wenn auch in Teilen noch widerwillige Beachtung und Anerkennung der „Bild“-Arbeit von Seiten der Repräsentanten und Institutionen des traditionellen Qualitätsjournalismus.

Das heißt in der Konsequenz: Wir rechnen damit, dass nicht wenige Befunde, die wir für die „Bild“-Berichterstattung in der Wulff-Affäre erheben, in einer durchaus vergleichbaren Weise auch in und an anderen, stärker journalistisch orientierten Massenmedien zu beobachten sind. Man kann, die Zukunft des Journalismus betreffend, daraus zwei gegensätzliche Schlussfolgerungen ziehen. Entweder: Wie so ziemlich alles in der modernen Welt wandelt sich eben auch der Journalismus. Die Kumpagneien in „Bunte“ und „Gala“, das gezielte Hochjubeln des Formel-1-Weltmeisters Sebastian Vettel durch RTL – die mögliche Liste kennt kein Ende –, das sind dann eben zeitgenössische Varianten von Journalismus; die mag man als schlecht disqualifizieren, aber was Massenmedien recherchieren und publizieren, soll prinzipiell Journalismus heißen. Oder, und das ist unsere Folgerung, journalistische Arbeit war immer nur *ein* Teil der massenmedialen Produktion. Seine Ansprüche, seine Maßstäbe

und die Variationsbreite seiner Praxis lassen sich, wenn man will, ziemlich präzise beschreiben. Diese journalistische Arbeit findet in den real existierenden Massenmedien immer weniger Raum, Zeit und Ressourcen. Die Pointe scheint dabei zu sein, dass „Bild“ mit einer Art Salto vitale in der Intensivierung der journalistischen Arbeit eine Marktlücke entdeckt zu haben glaubt.

Man muss die verbreiteten Gefährdungen herkömmlicher journalistischer Arbeit in den Verlagen und Sendern nicht zwingend für einen Verlust halten, solange das Internet journalistischen Aktivitäten neue, zusätzliche und anders geartete Freiräume eröffnet. Aber man sollte auch nicht mit einem Allerweltsbegriff von Journalismus über diese Gefährdungen hinwegtäuschen. Denn Journalismus ist nicht nur ein Programm öffentlicher Kommunikation wie alle anderen. Er ist einer der engsten Verwandten der Demokratie. Deshalb plädieren wir dafür, dass sich die Journalisten selbst, die Kommunikations- und Medienwissenschaften sowie die interessierte Öffentlichkeit konsequenter an die Aufgabe machen, die Grenzen, Regeln und Methoden journalistischer Arbeit präziser zu bestimmen, statt der Desorientierung des Publikums Vorschub zu leisten.

4. Der gute und der böse Wulff als Bundespräsident – „Bild“-Kostproben

Um genauer zu verstehen, wie „Bild“ im Fall Wulff als Massenmedium funktioniert, empfehlen wir zwei Hin-Sichten zu unterscheiden; in der täglichen „Bild“-Praxis fließen sie natürlich untrennbar ineinander: die Vorderbühne und die Hinterbühne, also

- (1) der Charakter der Veröffentlichungen: Wie präsentiert „Bild“ welche Meldungen?
- (2) die Qualität der Beziehungen: Wie verhält sich „Bild“ zu prominenten Personen, über die das Blatt berichtet, zu ihren Informanten sowie zu den Ereignissen, die sie auswählt, um sie für ihr Publikum darzustellen?

Wir untersuchen die „Bild“-Praxis zudem daraufhin, ob und welche Unterschiede es in diesen beiden Hinsichten gibt zwischen der Jubel-Phase (bis 12. Dezember 2011) und der Wirbel-Phase (ab 12. Dezember 2011). Wir haben nach der Sichtung der Vorderbühne, also der Sichtung des Materials aus 1528 Texten verschiedenster Art, sowohl zum Charakter der Veröffentlichungen als auch zur Qualität der Beziehungen je eine allgemeine, phasen-übergreifende These. Diese spezifizieren wir anschließend für die sehr lange Phase des „guten“ und die kurze Phase des „bösen“ Wulff; „Bild“ operiert während der beiden Zeiträume (auf den ersten Blick) sehr unterschiedlich. Die These und die Ableitungen zur Hinterbühne beruhen nicht auf Recherchen, etwa Interviews mit Kennern der ‚internen‘ Abläufe, sondern auf Analysen und Schlussfolgerungen, die wir aus dem Charakter der Veröffentlichungen ableiten. Die beiden allgemeinen Thesen lauten:

- Die Veröffentlichungen von „Bild“ sind Produkte aus einer massenmedialen ‚Fabrik‘. Sie haben keinen journalistischen Grundcharakter, weisen jedoch nach Bedarf journalistische Formen und Inhalte auf. Das Handwerk des Journalismus, in Sprache und Inhalt eine kritisch-sachliche und möglichst korrekte Schilderung des Berichtsgegenstandes zu pflegen, spielt in den „Bild“-Veröffentlichungen nur eine Gastrolle.
- Die Beziehung von „Bild“ zu den einzelnen prominenten Personen, über die sie berichtet, ist in der Regel nicht journalistisch, sondern geschäftlich geprägt. Es handelt sich um eine wechselseitige Instrumentalisierung, in welcher allerdings „Bild“ im Zweifel aufgrund ihrer publizistischen und ökonomischen Stärke am längeren Hebel sitzt. Die Beziehung von „Bild“ zu den Ereignissen, über die sie berichtet, ist vor allem in ‚großen Fällen‘ und bei für sie wichtigen Themen keine journalistische, also keine distanziert-beobachtende und analysierende, sondern eine aktiv mit- und einmischende.

Im Folgenden werden für die 598 Amtstage des Bundespräsidenten Christian Wulff Kostproben aus der „Bild“-Praxis vorgestellt und anhand der Unterscheidung Vorder- und Hinterbühne analysiert, chronologisch getrennt in Jubel-Phase (guter Wulff), Wechseltage (heulender Wulff) und Wirbel-Phase (böser Wulff).

4.1 „Bild“-Veröffentlichungen am Beispiel guter Wulff

4.1.1 Die stilistische Produktion von Sensation

Stilmittel, um Aufmerksamkeit zu gewinnen, wie sie ein allgemeines Massenmedium in Reinform einsetzt – beispielsweise ein Blockbuster-Film, TV-Sendungen wie „Dschungelcamp“ oder Promi-Bücher wie Dieter Bohlen's „Nichts als die Wahrheit“ –, haben wir in der Studie „Drucksache ‚Bild‘ – eine Marke und ihre Mägde“ ausführlich beschrieben. Journalistische Medien, schließlich geht es auch hier um öffentliche Kommunikation – benutzen solche Stilmittel ansatzweise und am Rande auch, aber sie lassen sich darauf nicht substanziell reduzieren. Vorab ein kleines Beispiel für „Bild“-typischen „Enthüllungsjournalismus“, für eine nichtjournalistische, sondern auf Sensation und Selbstdarstellung getrimmte Meldung:

Die Information, die mitgeteilt werden soll, ist eine Personalie und würde sich – nach unserer puristischen Formulierung – als journalistische Nachricht so lesen: „Bundespräsident Christian Wulff und seine Frau Bettina werden am 14. Januar in Dresden den SemperOpernball besuchen.“

Die entsprechende „Bild“-Meldung lautet:

Bild, 5. Januar 2011

„Am 14. Januar steigt in Dresden wieder der wichtigste Event des Jahres. BILD enthüllt (die noch geheime) Liste der Stargäste.

Dresden – Nur noch neun Tage, dann jettet die Welt der Reichen und Schönen nach Dresden – zum 6. SemperOpernball! 2200 Gäste wollen sich beim 1,2 Mio. Euro teuren Event der Superlative amüsieren, im Walzertakt über die Tanzfläche schweben. Wie BILD aus Politikerkreisen erfuhr, wird Deutschlands höchster Mann dabei sein: Bundespräsident Christian Wulff (51, CDU) – mit seiner Ehefrau Bettina (37)!“

Es handelt sich hier übrigens um eine der seltenen Meldungen, in welchen Ehefrau Bettina ohne ein Eigenschaftswort auskommen muss. Wie für „Bild“ ein Sturm nicht einfach ein Sturm sein kann, sondern ein fürchterlicher, wütender oder verheerender, so kommt Gattin Bettina normalerweise nur als die schöne, junge, souveräne, bezaubernde, blonde oder lässige vor.

In der späteren Berichterstattung über das Ereignis selbst heißt es dann auch:

Bild, 16. Januar 2011

„Im Vorfeld des Balls hatte Organisator Hans-Joachim Frey (45) geschwärmt, dass dieses Jahr so viele Stars wie noch nie zum SemperOpernball nach Dresden kommen würden – und er hatte recht. Allen voran natürlich Bundespräsident Christian Wulff (51, CDU) und seine bezaubernde Frau Bettina (37). Sie war es auch, die als erster Gast von Moderator Gunther Emmerlich (66) auf die Bühne geholt wurde. Souverän, als wäre sie kein bisschen aufgeregt, sprach sie vor dem ausverkauften Saal über ihre

caritative Arbeit und ihre Stiftung ‚Eine Chance für Kinder‘.“

Die Stilmittel in dem ausgewählten sehr einfachen, alltäglichen Fall von „Bild“-Arbeit sind, in der Reihenfolge ihrer Verwendung:

Der Superlativ: Es handelt sich nicht um ein einfaches oder nur um ein großes Ereignis, sondern um den „wichtigsten Event des Jahres“. Um ganz sicher zu gehen, dass der Superlativ verstanden wird, wird das Ereignis selbst zum „Event der Superlative“ ernannt. Es kommt auch nicht nur der Bundespräsident, sondern „Deutschlands höchster Mann“.

Die Enthüllung: Es handelt sich nicht um eine normale Information für die Öffentlichkeit – so versucht „Bild“ es zumindest seinem Publikum nahelegen –, sondern um eine Mitteilung, die gegen den Willen verantwortlicher Personen und Institutionen zur Kenntnis gegeben wird. Denn es wird von „Bild“ zum einen das Verb „enthüllt“ verwendet und zum anderen der Hinweis auf eine „noch geheime“ Liste gegeben. Damit nicht genug: „Bild“ enthüllt nicht nur eine noch geheime Liste, „Bild“ erfährt auch noch „aus Politikerkreisen“, dass der Bundespräsident und seine Frau erscheinen werden. Offenkundig stehen die beiden nicht auf der geheimen Gästeliste. Hier haben vermutlich drei Geschäftspartner eng zum gegenseitigen Nutzen zusammengearbeitet: das Bundespräsidialamt, der Veranstalter und „Bild“. Die einen ‚vermarkten‘ den Bundespräsidenten, die anderen ihre Veranstaltung, und „Bild“

kann auf der Basis dieser Deals aus einem belanglosen Ereignis eine spektakuläre Besonderheit produzieren, mit der auch belegt werden soll, wie exklusiv „Bild“ arbeitet und wie nah dran dieses Medium ist. Und wir reden hier von einem auch für „Bild“ letztlich ‚kleinen‘ und eher unscheinbaren Ereignis: Ein Hinweis darauf, wie dieses Medium bis in kleinste Kleinigkeiten hinein ‚durchkomponiert‘ wird.

Die Prominenz: Es handelt sich nicht einfach um eine Liste der Angemeldeten, sondern um eine Liste der „Stargäste“. Zum SemperOpernball kommen auch nicht Besucher oder Gäste, sondern die „Welt der Reichen und Schönen“; Reiche und Schöne reisen nicht, sondern „jetten“.

Die Dramatisierung: Der Event findet nicht einfach nur an einem bestimmten Tag statt, ihm wird vielmehr mit hoher Erwartung und Spannung entgegengesehen: „Nur noch neun Tage“, nur noch sozusagen ‚achtmal werden wir noch wach, heißa dann ...‘.

Keine Frage: Ereignisse, an welchen der Bundespräsident beteiligt ist, haben automatisch einen „Promi“-Faktor. Diesen Vorteil hat jedes Medium, das über den Bundespräsidenten informiert. Das reicht jedoch dem hier zu analysierenden Handwerk bei Weitem nicht. Um zusätzliche Aufmerksamkeit zu wecken, werden die Ereignisse selbst von „Bild“ regelmäßig zu ganz besonderen erklärt: Sie werden zur Premiere hochstilisiert, finden beispielsweise ‚zum ersten Mal‘ statt, werden zu ungewöhnlich wichtigen oder aufregenden Ereignissen hochgeschrieben. Die täglichen „Bild“-Up-

grades heißen zum Beispiel: „sein erstes großes Online-Interview“ (29. Juni 2011), „ihre erste öffentliche Rede“ (31. Juli 2011), „die heikelste Dienstreise seiner Amtszeit“ (18. Dezember 2010), „ihre bislang längste und weiteste Reise im Auftrag Deutschlands“ (5. Mai 2011), „seine bislang schwerste Reise“ (18. Februar 2011).

4.1.2 Die Inszenierung von Nähe und Intimität

Die „Bild“-Texte suggerieren intime Nähe zu den Personen und Ereignissen. Zu diesem Zweck verwenden sie für bestimmte Situationen gezielt Klischees. Wir zeigen es daran, wie der Umgang Bettina Wulffs mit anderen prominenten Politikerfrauen beschrieben wird: Sie verstehen sich prächtig, stecken die Köpfe zusammen, lachen und tuscheln. Das Frauenbild, das hier transportiert wird, ist nicht unser Thema. Im Anschluss an die Beschreibung solcher kleinen Szenen werden groß vielfältige Details von Besuchsprogramm, Kleidung und Speisekarte vorgestellt.

Die Nähe zu Wulff und der Jubel über Wulff gehen bei der Inszenierung ineinander über, denn „Bild“ erkaufte sich die Nähe mit dem Jubel. Der Deal: Weil „Bild“ so positiv berichtet, sind Wulff und sein Umfeld bereit, die Nähe, die sich in exklusiven Meldungen niederschlägt, zuzulassen – und umgekehrt. Die Text-Fülle, die wir präsentieren könnten, um diese Feststellung zu belegen, sprengt den Publikationsrahmen.

Die Hervorhebungen in allen folgenden Zitaten finden sich nicht – oder höchstens als zufällige Parallele – im „Bild“-Text des Online-Archivs von „bild.de“, die Passagen wurden von uns gefettet.

Die Nähe hat in diesem Fall zwei Dimensionen, eine monarchische und eine demokratische. Solche scheinbaren Gegensätze aufzufangen und beide Dimensionen gleichermaßen zu bedienen ist eine der besonderen Fähigkeiten des Massenmediums „Bild“. Das Blatt präsentiert die Wulffs als Lichtgestalten und als Normalbürger. Dass die Wulffs beides „so wunderbar“ hinbekommen, ist die ganz besondere Markierung, mit der „Bild“ sie seinem Publikum zur Bewunderung anbietet. Wir unterstellen nicht, dass „Bild“ zuvor Drehbücher schreibt, aber eine überlegte und dann erst einmal systematisch durchexerzierte Inszenierung ist anhand der Texte belegbar.

Inszenierung A:

Das Präsidentenpaar glänzt, begeistert, verzaubert ...

Bild, 26. Mai 2011

„Bettina Wulff – schön wie eine Prinzessin Schweden-Gipfel im Schloss Bellevue Kronprinzessin Victoria besucht mit ihrem Ehemann Daniel das Bundespräsidenten-Paar

Strahlender Sonnenschein, beste Laune – Victoria (schick im Schlangenmuster-Look)

und Bettina Wulff (im rosa Kostüm) **verstanden sich prächtig**. Deutschlands First Lady – Prinzessin kann sie auch!“

BILD, 12. April 2011

„Berlin heute ganz royal
Königsbesuch in Schloss Bellevue und
Kanzleramt
Niederländische Königsfamilie zu Gast
in Deutschland
Prinzessin Máxima und Deutschlands First
Lady – ein Wettrennen der schönen Frauen.
Bettina Wulff in einem eleganten roten
Kleid, die schöne Prinzessin in einem au-
berginefarbenen Kostüm – **sie verstanden
sich blendend**, mussten immer wieder la-
chen, **steckten die Köpfe zusammen**.“

Bild, 3. Mai 2011

„Mexikaner hofieren unsere First Lady
wie eine Königin
,Sie ist ganz wunderbar‘
BILD.de begleitet das Präsidenten-Paar
auf der Lateinamerika-Reise
Wir sehen zwei junge First Ladys, die lachen
und sich gut verstehen: Bettina Wulff (37),
Ehefrau des Bundespräsidenten, und Mar-
garita Esther Zavala (43), Gattin des mexi-
kanischen Staatschefs Calderón (48). So
schön können internationale Beziehungen
sein ... Beim ersten Stopp in Mexiko traf sie
auf ‚Primera Dama‘ Margarita und die bei-
den hatten gleich einen guten Draht. Wäh-
rend ihre Ehemänner Lösungen für globale
Probleme suchten, spazierten die Ladys
durch den Park am Präsidenten-Sitz, Los Pi-

nos‘ in Mexiko City. Sie duzten sich, gingen
locker miteinander um, denn beide haben
viel gemeinsam: Jung und unvorbereitet
rutschten sie in die Rolle der Vorzeige-Frau-
en – Bettina Wulff vor knapp einem Jahr,
Zavala Ende Dezember 2006. Margarita
Esther Zavala ist begeistert von Bettina
Wulff, sagte zu BILD.de: ‚Sie ist wunderbar!
Wir verstehen uns ganz ausgezeichnet.‘...
Immer wieder stecken die beiden die Köpfe
zusammen, reden ganz normal, als wären
sie Nachbarinnen. Auch ihr Mode-Stil ist
ähnlich: Bettina Wulff trägt ein enges grau-
es Etui-Kleid, dazu ein gemustertes Schul-
tertuch. Mexikos First Lady trägt ein schlich-
tes Kleid in Hellblau mit Stola in Beige, die
sie immer wieder locker bis auf die Unterar-
me rutschen lässt. Beide tragen die Haare
offen, sind kaum geschminkt – es ist 26
Grad warm schon am Vormittag.“

Bild, 5. Mai 2011

„Hier punktet unsere First Lady
für Deutschland
Die Wulffs in Mexiko, Costa Rica
und Brasilien
Es ist ihre bislang längste und weiteste
Reise im Auftrag Deutschlands. Bis zum
8. Mai sind Christian (51) und Bettina
Wulff (37) noch in Lateinamerika unter-
wegs ... Bislang überall großer Beifall. **La-
teinamerika feiert unser Präsidenten-
paar!** Egal wo, egal welcher Anlass: So
jung, so schön, so frisch hat sich Deutsch-
land noch nie präsentiert. Für Politikwis-
senschaftler Heinrich Oberreuter Zeichen

einer bisher nie dagewesenen ‚Leichtigkeit‘ im Amt. ‚Das Paar entstammt einer ganz anderen Generation als all seine Vorgänger-Paare im Schloss Bellevue‘, so der Experte zu BILD.de. ‚Es erinnert an die Kennedys oder die Obamas.‘“

Bild, 8. Juli 2011

„Bella Bettina! Die Wulffs glänzen in Italien
Präsidentenpaar in Rom
29 Grad, strahlender Sonnenschein und jede Menge Dolce Vita – Christian Wulff (52) und seine Frau Bettina (37) zu Gast in Bella Italia.“

Bild, 12. Oktober 2010

„Die Wulffs verzaubern den Kreml
Staatsbesuch in Russland
Medwedew: ‚Das ist kein gewöhnlicher Besuch‘
Erst Roter Platz, dann Grüner Saal: Bundespräsident Christian Wulff (51) und Ehefrau Bettina (36) sind bis zum kommenden Freitag auf Staatsbesuch in Russland. Und brachten gleich beim ersten Stopp in Moskau frischen Wind ins streng vom Protokoll geplante Programm. Denn vom Hotel zum Kreml schlenderte das Präsidenten-Paar zu Fuß über den weltberühmten Roten Platz. Dort besuchten sie spontan die Basilius-Kathedrale ...“

Bild, 20. Oktober 2010

„Alle loben Wulff – sogar die Muslime
Reaktionen auf die Rede des

Bundespräsidenten

Tag zwei des Türkei-Staatsbesuchs von Bundespräsident Christian Wulff (51)! Nachdem gestern die politischen Beziehungen zwischen Ankara und Berlin im Mittelpunkt standen, geht es heute um die Wirtschaft ...“

Bild, 22. Oktober 2010

„First Lady in Red
Bettina Wulff in der Türkei
Freitagvormittag in Istanbul:
Christian und Bettina Wulff in der berühmten Blauen Moschee
Was für ein bezaubernder Auftritt! Beim Staatsbankett mit Präsident Abdullah Gül (59) und dessen Frau Hayrünnisa (45) erschien Bettina Wulff (36) gestern Abend im roten Seidenkleid. Deutschlands First Lady sorgte mit ihrem neuen Outfit für Furore! Es gab Komplimente von allen Seiten ...“

Bild, 14. September 2010

„Christian Wulff begeistert in Gotha
Bundespräsident auf Thüringen-Tour
Erster Auftritt unseres Bundespräsidenten nach Sarrazin-Rauswurf
Von wegen, der Bundespräsident hat keinen guten Start... Beim Weimar-Stopp auf seiner Thüringen-Reise hatte Christian Wulff (51) trotz Regen einen herzlich-warmen Empfang in Gotha: Applaus und ‚Weiter-so‘-Rufe, winkende Bürger an den Fenstern und auf Balkonen. An der Straße hasten Menschen aus Geschäften, drängen zu Wulff, er schüttelt Hände am laufenden

Meter. ‚Herzlich willkommen in Weimar und Thüringen‘ ...“

Bild, 1. Dezember 2010

„Wulff glänzt mit ‚First Tochter‘

Mit Annalena (17) in Israel

Es war eine ungewöhnliche Idee: Bundespräsident Christian Wulff (51) nahm seine Tochter mit auf die Israel-Reise ...“

Inszenierung B: ... und ist so herrlich normal

Bild, 3. Januar 2011

„Was Leser-Reporter mit VIPs erleben

Berlin – **So herrlich normal ist der Bundespräsident als Ehemann.** Morgens, 11.30 Uhr, am Berliner Hauptbahnhof: Christian Wulff (51) schlendert in Jeans und Steppjacke mit einem Becher ‚Coffee to go‘ in der Hand aus dem Gebäude. Er holte seine Ehefrau Bettina (37) vom Zug ab, die aus Hannover kam, wo das Präsidenten-Paar auch beim Umzug in die Hauptstadt im Dezember ihr Häuschen behalten will. BILD-Leser-Reporter Jürgen Laurischkat (44) freute sich, Wulff mal ohne großen Sicherheitsaufwand zu sehen: ‚So privat hat man den Bundespräsidenten ja selten gesehen. **Schön, dass der auch seinen Kaffee trinkt, wie jeder andere.**‘“

Bild, 24. Januar 2011

„Hier steht Wulff bei Karstadt an

Papa Präsident mit Söhnchen Linus (2)

an der Karstadt-Kasse in der Spielzeugabteilung

Ein Bundespräsident zum Anfassen! BILD-Leser-Reporter schicken eine Flut von Schnappschüssen von Bundespräsident Christian Wulff (51): Kaffee am Bahnhof, mal im Mediamarkt, mal bei Ikea. Hier steht Papa Präsident mit Söhnchen Linus (2) und Leander (7, nicht im Foto) beim Silvester-Shopping in der Spielzeugabteilung bei Karstadt in Potsdam – **ganz brav in der Kassenschlange.** Seit Jahreswechsel wohnen die Wulffs in Berlin. Der Leser-Reporter, der hier knipste, findet’s ‚toll‘, dass ein Wulff **keine Extra-Wurst‘** will ...“

Bild, 5. Februar 2011

„So normal lebt meine First Family!

Bettina Wulff (37) erstmals im großen TV-Talk

Sie ist seit sieben Monaten First Lady. In ihrem ersten großen TV-Interview gibt Bettina Wulff (37), Frau des Bundespräsidenten Christian Wulff (51), im Gespräch mit Peter Hahne (Sonntag, 13.48 Uhr, ZDF) sehr persönliche Einblicke in ihr Familienleben. BILD druckt Auszüge.“

Bild, 29. Juli 2010

„So normal macht Papa Präsident Urlaub

Die Wulffs auf Mallorca

Urlaubs-Schnappschuss: Bundespräsident Christian Wulff (51) schiebt Söhnchen Linus (2) in Port Andratx auf ‚Malle‘ spazieren, Gattin Bettina (36) flaniert gelassen hinterher ...“

Personen und Ereignissen Mustereigenschaften zuzuweisen ist für Massenkommunikation im Allgemeinen und für „Bild“ im Besonderen typisch. Solche Zuschreibungen sollen standardisierte Publikumserwartungen bedienen – es handelt sich um soziale Stereotype –, mit den tatsächlichen Personen und Ereignissen brauchen sie nicht viel zu tun zu haben. Diese Arbeitsweise fällt allerdings auf, wenn zwei solcher Muster gleichzeitig benutzt werden, obwohl sie sich faktisch widersprechen, wenn beispielsweise der Bundespräsident als uner müdlicher Aktenarbeiter sowie als aufmerksamer Zuhörer dargestellt werden soll: Ein 15-jähriger Berliner Junge darf vom Deutschen Kinder- und Jugendhilfetag in Stuttgart mit Christian Wulff und dem Regierungsjet nach Hause fliegen.

Bild, 12. Juni 2011

„Der Flug von Stuttgart nach Berlin dauert nur 45 Minuten. Snacks gibt es trotzdem. Ein kleines Getränk und ein Sandwich für jeden. Doch das aufregende Gespräch vom Nachmittag können die Jugendlichen in mehreren Tausend Metern Höhe nicht mehr fortsetzen. Denn: Der Bundespräsident muss sich, umgeben von mehreren Bodyguards und Mitarbeitern, schon wieder auf die nächsten Termine vorbereiten. Er liest seine Akten, macht Notizen und arbeitet den ganzen Flug durch. Nach der Landung verabschiedet er sich ganz höflich von allen, organisiert sogar noch einen Fahrdienst, der die jungen Leute wahlweise zum Hauptbahnhof oder Alexanderplatz bringt.

Und dein Fazit, Lukas? Wie war’s denn so, mit dem Bundespräsidenten abzuheben? „Der Flug war der krönende Abschluss eines tollen Tages. Viel wichtiger ist aber, dass ich Christian Wulff als einen Menschen kennengelernt habe, der wirklich zuhört und sich für die Probleme und Wünsche von Jugendlichen interessiert. Er gehört nicht zu der Sorte Politiker, die die Anliegen von Jugendlichen einfach nur belächeln.“

Als abschließendes Beispiel für den Polit-Star, mit man auf du und du verkehren kann, eine Schilderung des bekannten „Bild“-Kolumnisten Mainhardt Graf von Nayhauf:

Bild, 15. Januar 2011

„Als im Sommer vor dem Brandenburger Tor Bürger aus ganz Deutschland mit dem Bundespräsidenten an der „Tafel der Demokratie“ teilnahmen, bat mich ein Schulfreund, ein Foto von ihm mit Christian Wulff zu arrangieren. Hin zum Tisch des Präsidenten. Seine Leibwächter sind kein Problem, sind BILD-Leser, kennen mich. Schwieriger ist es, das Staatsoberhaupt in seinem Gespräch mit den an der Tafel Sitzenden zu unterbrechen. Ein erster Versuch („Herr Bundespräsident!“) scheitert. Da hilft nur die zugegebenerweise respektlose Masche: Wulff am Arm zu packen und den Freund mit seinem Anliegen vorzustellen: „Herr Bundespräsident, das ist Herr Kirchner, er möchte gern ein gemeinsames Foto mit Ihnen.“ Der Präsident springt auf,

strahlt in die Kamera – klick, die Aufnahme ist im Kasten. Im Weggehen höre ich, wie Wulff den erstaunten Gästen an seiner Tafel mein unbotmäßiges Auftreten entschuldigt: ‚Das war Graf Nayhauß. In seiner BILD-Kolumne genannt zu werden ist das Größte!‘ Was will man mehr? Ein Lob von höchster Stelle. Aber auch ein verdientes ...“

4.2 „Bild“-Beziehungen am Beispiel guter Wulff

Um über Jahre hinweg (siehe auch Kapitel 5: „Der gute Wulff als Ministerpräsident – eine ‚Bild‘-Schau“) aus direkter Nähe mit vielen persönlichen Details und exklusiven Vorabinformationen über einen prominenten Politiker berichten zu können, bedarf es einer intensiven Kontaktpflege. Zwischen „Bild“- und Wulff-Mitarbeitern muss es eine eingespielte, in der Regel reibungslos und schnell funktionierende Kooperation gegeben haben. Eine solche Zusammenarbeit kann nur auf der Grundlage von Vertrauen Bestand haben. Die mitlaufenden Kontrollen – natürlich schauen sich Wulff und seine Mitarbeiter an, was „Bild“ daraus gemacht hat – dürfen keine Beanstandungen ergeben. Der Nutzen muss für beide Seiten erkennbar bleiben. Es gehört ganz wesentlich zum „Bild“-Konzept, systematisch solche Geschäftsbeziehungen aufzubauen und zu pflegen.

Selbstverständlich lebt auch journalistische Arbeit von Kontakten, und die Grenzen zum Deal sind nicht immer genau auszumachen. „Bild“ ist jedoch in ihrem Grundcharak-

ter ein Informationsdealer. So nimmt „Bild“ meist nicht die Rolle des interessierten, aber distanziert-kritischen Rechercheurs ein, sondern die Rolle des Händlers, der zweckmäßige Informationen gegen deren Publikation tauscht und als Kern des Handwerks regelmäßig entsprechende Geschäfte mit Betroffenen verabredet. Es geht dabei keiner der beiden Seiten darum, eine neue und wichtige Information zu veröffentlichen; das kann ein Nebeneffekt sein, ist aber nicht Ziel und Zweck. Für „Bild“ geht es um eine Geschichte, die sie erzählen will, um sich selbst interessant zu machen. Für die betreffende Person geht es um die Chance, sich selbst, ihre Meinung und ihr Anliegen in hoher Auflage öffentlich bekannt zu machen.

Nach unseren Erfahrungen gehört zur Praxis einer solchen Zusammenarbeit zum Beispiel, dass Zitate von Christian Wulff oder seiner Frau Bettina auf der Hinterbühne von den „Bild“-Mitarbeitern selbst so erfunden und formuliert werden, wie sie am besten in „die Geschichte“ passen und wie sie die Wulffs in eigenem Interesse gesagt haben könnten. Dann gehen die Zitate zur Freigabe an Wulff-Mitarbeiter. In einem solchen publizistischen Bündnis ist der politische Partner auch großzügig, wenn veröffentlichte intime Details mehr aus der Märchenstunde als aus der Realität stammen, solange er selbst dabei in einem positiven Licht erscheint. Es handelt sich insgesamt um eine Kommunikationsarbeit, die sehr viel mehr mit der Herstellung eines Werbeprospekts als mit einer journalistischen Meldung zu tun hat.

Weil sie Aufmerksamkeit erregen müssen, bekommen die positiven Mitteilungen notwen-

digerweise eine Dimension der Übertreibung. Es weckt auf Dauer wenig Aufmerksamkeit mitzuteilen, dass jemand gut ist; er oder sie muss schon richtig toll sein, damit beim Publikum Interesse entsteht und erhalten wird. Gut möglich, dass diese Glorifizierung in allen Lebenslagen Christian Wulff anfangs gelegentlich peinlich war, wenn er darauf angesprochen wurde. Aber erstens kann er sich immer davon distanzieren mit dem Hinweis, das ist „Bild“, das bin nicht ich; zweitens tritt ein Gewöhnungseffekt ein, und am Ende, spätestens als er auf der Terrasse von Schloss Bellevue stand, hat er wohl selbst geglaubt, der Märchenprinz zu sein.

4.3 Der Tag des Wechsels auf der Vorder- und der Hinterbühne

Für den Übergang ist der Unterschied zwischen Vorder- und Hinterbühne in besonderer Weise relevant. Denn die Veröffentlichungen legen den Schalter zwischen Jubel und Wirbel am selben Tag um: am Montag, den 12. Dezember 2011. Auf der Hinterbühne jedoch war es ein längerer Prozess. Wir schauen hier nur auf die drei Tage, Sonntag, Montag, Dienstag, den 11., 12. und 13. Dezember 2011.

Auf der Vorderbühne ist „Bild am Sonntag“, 11. Dezember 2011, den Wulffs noch ganz dicht auf den wollsockenumhüllten Fersen bei einer romantischen Nacht in der Wüste:

Bild am Sonntag, 11. Dezember 2011

„Expedition Romantik

Bundespräsident Christian Wulff und Gattin Bettina auf Staatsbesuch in der Golfregion. Bei der Omanreise ließen Bettina und Christian Wulff die Delegation in der Stadt zurück und übernachteten in einem Wüsten-camp. **Um 5.45 Uhr standen sie auf und genossen den Sonnenaufgang** über den Dünen. Bundespräsident Christian Wulff und seine Frau Bettina haben sich auf ihrer sechstägigen Staatsreise durch die Golfregion **einen Traum erfüllt**: Auf Einladung des Sultans von Oman verbrachten sie **eine romantische Nacht in der Wüste**. Nach den offiziellen Besuchsterminen am Freitag brachte ein Hubschrauber das Präsidentenpaar ins „1000 Nights Camp“ in der Wahiba-Wüste. Die deutsche Delegation blieb in der Hauptstadt Maskat zurück. In dem abgelegenen Wüsten-camp **genossen Christian und Bettina Wulff den Sonnenuntergang sowie ein Abendessen unter dem Sternenhimmel**. Statt in einem der 30 Beduinenzelte übernachteten die Wulffs in einem Bungalow. Draußen sank die Temperatur auf minus zehn Grad. **Bettina Wulff hatte vorsorglich Wollsocken eingepackt**. Es war eine kurze Nacht. Um 5.45 Uhr stand das First Ehepaar auf, um den Sonnenaufgang über den gelbrötlichen Sanddünen zu bestaunen. Der Bundespräsident zu BILD am SONNTAG: „Wer die Golfregion verstehen will, muss Land und Leute richtig kennenlernen. Dafür ist auch ein Aufenthalt in einem Wüsten-camp hilfreich.““

► Schaubild 1:

Beginn der Wirbel-Phase: „Bild“-Printausgabe vom 13.12.2011, obere Hälfte der Titelseite



Auch am Montag selbst, dem 12. Dezember 2011, schwelgt „bild.de“ noch in der Jubel-Phase.

Bild.de, 12. Dezember 2011

„Die Geheimnisse der Frauen

aus 1001 Nacht

Wulffs in Abu Dhabi

Das Bundespräsidenten-Paar auf sechstägiger Tour in der Golfregion. Wir sehen

Christian und Bettina Wulff zusammen auf einem Foto mit Studentinnen der Zayed-Universität in Abu Dhabi. Ganz in Schwarz posieren die jungen Frauen neben der Präsidenten-Gattin. Doch wenn man genauer hinschaut, erkennt man auf den Bildern manch schönes Geheimnis, das die Mädchen unter ihren wallenden Gewändern verstecken. Sexy Schuhe, blond gefärbtes Haar, Arme

mit Henna-Tattoos – das sind nur drei der kleinen Details, die die Frauen hervorblitzen lassen. BILD.de hat sie in der Fotogalerie herangezoomt ... Die Wulffs trafen sich mit den Studentinnen zu einer Diskussion. Der Präsident hat sich vorgenommen, auf jeder seiner Auslandsreisen in jedem Gastland einen Meinungsaustausch mit Studierenden zu führen ... Außerdem hat der Bundespräsident gemeinsam mit dem Vorsitzenden der Behörde für wirtschaftliche Entwicklung des Emirats eine bilaterale Wirtschaftskonferenz eröffnet. Die Wirtschaft spielt für Wulff eine wichtige Rolle als Bindeglied zwischen den Kulturen. Die Herrscher sind an deutschem Know-how interessiert, etwa bei der Infrastruktur oder der Wissens- und Technikzusammenarbeit. Oft öffnet Wulff hier die Türen. **Die mitreisenden deutschen Unternehmensvertreter sind jedenfalls begeistert. ‚Der Bundespräsident genießt ein besonderes Vertrauen in dieser Region. Darauf lässt sich trefflich aufbauen‘, sagt etwa Porsche-Vorstandsvize Thomas Edig. Zum Abschluss ihrer Reise werden die Wulffs am Dienstag in Kuwait erwartet.**

In der Printausgabe dieses Montags allerdings kommt die Begeisterung deutscher Manager für Wulff schon nicht mehr vor. In einer Meldung über die Reise durch die Golfregion (Seite 2) freut sich „Bild“: „Sogar beim Schuheausziehen macht unsere First Lady eine gute Figur!“ Die dazugehörige Überschrift klingt je-

doch wie eine Prognose: „Das zieht der First Lady die Schuhe aus ...“ (12. Dezember 2011)

Auf der Hinterbühne findet parallel ein reger Austausch von bohrenden „Bild“-Fragen auf der einen und verzögerten, gegebenen und wieder zurückgezogenen Antworten auf der anderen Seite statt. Christian Wulff bespricht an ebendiesem Montag, dem 12. Dezember 2011, die Mailbox des Chefredakteurs Kai Diekmann. Die „Bild“-Pressestelle hat auf eine Anfrage der „taz“ hin in großer Ausführlichkeit dargestellt (siehe <http://www.taz.de/!86386/>), was sich in diesen Stunden, den Tagen zuvor und danach jenseits der öffentlichen Berichterstattung an Fragen und Antworten zwischen „Bild“- und Wulff-Mitarbeitern abgespielt haben soll.

Und dann der Wechsel: Wiederum auf der Vorderbühne veröffentlicht „Bild“ an diesem Montag um 22.02 Uhr auf „bild.de“ die Enthüllung:

„Hat Wulff das Parlament getäuscht? Wirbel um Privat-Kredit über 500.000 Euro Christian Wulff (52) wird von einer Affäre aus seiner Zeit als niedersächsischer Ministerpräsident eingeholt. Der Bundespräsident steht nach BILD vorliegenden Dokumenten im Verdacht, am 18. Februar 2010 den Landtag in Hannover getäuscht zu haben – und das vier Monate vor seiner Wahl zum Bundespräsidenten. Es geht um 500.000 Euro, die sich das Ehepaar Wulff privat bei der Frau eines niedersächsischen Unternehmers geliehen hat ...“ (12. Dezember 2011 – 22:02 Uhr)

Am Dienstag, den 13. Dezember 2012, steht die Wirbel-Meldung in der Printausgabe zwar prominent ‚über dem Bruch‘, fällt aber für „Bild“-Verhältnisse eher klein aus. Sie trägt die Überschrift: „Bundespräsident Wulff. Wirbel um Privatkredit“. Darunter nur ein einziger Satz: „Bundespräsident Christian Wulff in Erklärungsnot: Hat er 2010 als niedersächsischer Ministerpräsident den Landtag hinters Licht geführt? Seite 2“.

Das muss man sich auf der Zunge zergehen lassen: Im ersten Schritt an die Öffentlichkeit titelt „Bild“ online wie offline: „Wirbel um Privatkredit“. „Bild“ informiert über etwas, das es noch gar nicht gibt, das sie mit dieser Information erst erzeugt. Von der allerersten Meldung an tritt „Bild“ einen Schritt zurück, berichtet mit Distanz.

Die Komplexität des Prozesses und die Raffinesse, mit der „Bild“ den Wechsel gemanagt hat, sind atemberaubend. Während dieser drei Tage war „Bild“ auf der Vorderbühne zunächst Jubler und parallel dazu auf der Hinterbühne Jäger. Auf der Hinterbühne ist sie Jäger geblieben, auf der Vorderbühne hat sie sich an *ein und demselben Tag in einem Akt* erstens vom Jubler in einen Journalisten verwandelt, der mit – gespielter – Distanz über Wirbel um Wulff berichtet und der zweitens die Rolle des Akteurs übernimmt, der den Wirbel auslöst.

Damit ist die Subtilität, mit der „Bild“ in dieser Situation operiert, immer noch nicht voll erfasst. Nehmen wir zum Vergleich das aktuelle Beispiel aus dem April 2012, als sich das Blatt am 4. April 2012 in Sachen Steuerfahndung mit einer Strafanzeige gegen die Schwei-

zer Justizministerin wieder einmal selbst zum mitwirkenden Akteur macht. In diesem Fall titelt „bild.de“ (4. April 2012): „BILD: Strafanzeige gegen Schweizer Justizministerin“. Diese Meldung präsentiert die Akteursrolle offensiv, „Bild“ nimmt BILD in die Schlagzeile, unterstützt mit einem Foto: „BILD-Reporter Matthias Kluckert mit der BILD-Strafanzeige in der Polizeiwache“. Hier tritt „Bild“ als Akteur demonstrativ nach vorne. Im Fall Wulff versteckt sich der Akteur „Bild“ geradezu. Auf der Seite 1 der Printausgabe vom 13. Dezember ist überhaupt keine Rede davon, dass es „Bild“ selbst ist, die das belastende Material recherchiert hat. Dieser Hinweis kommt erst, ganz sachlich, geradezu nebensächlich, auf Seite 2.

Hartnäckig-professionell in der Recherche und distanziert-scheinheilig in der Veröffentlichung – so tariert „Bild“ aus, wie sie ihr strategisches Ziel – höchstmögliche Aufmerksamkeit plus bestmögliche Selbstdarstellung – realisieren kann. Bevor wir den Wandel des Charakters der Veröffentlichungen sowie der Beziehungen auf der Hinterbühne genauer analysieren, stellen wir uns der Frage, weshalb „Bild“ den Wechselschritt vom Jubel zum Wirbel so raffiniert angelegt hat, statt die sonst durchaus beliebte Hau-drauf-Methode anzuwenden.

„Bild“ ist in diesen Dezembertagen eine Getriebene und kann sich aus dieser Lage nur befreien, indem sie sich selbst als Treiber profiliert – aber diese aktive Treiberrolle darf sie wiederum nicht überziehen, sondern muss in der öffentlichen Präsentation fein dosieren. Warum? Niemand weiß besser als die „Bild“-Verantwortlichen, was sie mit und für Wulff in

den zurückliegenden Wochen, Monaten und Jahren gemacht und welches Bild von Wulff sie bei ihrem Publikum produziert haben. Ihre eigenen Recherchen in der Hauskredit-Angelegenheit zeigen einen ganz anderen Christian Wulff, einen Wulff der Vorteilsnahme und der Parlamentstäuschung. Der Größte Anzunehmende Unfall für die „Bild“-Chefredaktion muss der folgende Fall sein: Andere Medien decken die Kreditaffäre auf und „entlarven“ den Wulff im wunderbaren „Bild“-Pelz als moralisch, eventuell sogar juristisch angreifbar. Dass „Spiegel“ und „Stern“ ihre eigenen – erfolgreichen – Recherchen betreiben und in diesen Tagen potenziell jederzeit mit der Enthüllung herauskommen könnten, wissen Insider der Medienbranche, also weiß es auch die „Bild“-Chefredaktion. Deshalb hat sie es eilig. Sie will und muss als Erste mit der Kreditaffäre in die Öffentlichkeit. Nur dieser Schritt kann sie davor retten, dass „Bild“ zum Gespött der Branche wird. Nur wenn sie selbst zerstört, was sie aufgebaut hat, wird sie nicht zum Verlierer. Dass sie später zum großen Sieger wird, davon hat sie in diesen Dezembertagen noch nicht einmal geträumt. Hier und jetzt ging es darum, einen Alptraum abzuwenden. Sie hat es mit einem beeindruckenden Gespür für die richtige Dosierung gemacht. Denn ein abrupter öffentlicher Wechsel vom Jubler zum Jäger hätte Unverständnis und Fragen ausgelöst.

4.4 „Bild“-Veröffentlichungen am Beispiel böser Wulff

Wenn man die „Bild“-Entscheidungssituation in dieser Weise rekonstruiert, dass sie selbst das Wulff-Bild zerstören musste, das sie aufgebaut hatte, dann wird sofort klar: Aus dem Helden Wulff jetzt sofort den Schurken Wulff zu machen und voll loszuschlagen, wie „Bild“ es bekanntlich gut kann, das geht nicht. Es würde der Öffentlichkeit sofort ins Auge springen und würde „Bild“ als unglaubwürdig erscheinen lassen, wenn sie Wulff aus dem Himmel direkt in die Hölle schicken würde. Nur wenn sie differenzierter, und das heißt in diesem Fall tatsächlich: scheinbar journalistisch, agiert, steht sie gut da. Drei Methoden fallen auf, mit welchen sich „Bild“ nicht ohne Eleganz aus dieser Schlinge befreit: die gespielte Distanz, der vernünftige Kommentar, das Berufen auf andere Medien.

4.4.1 Die gespielte Distanz

„Bild“ berichtet in den nun folgenden Wochen über das Thema so, als habe sie mit der Angelegenheit gar nicht so viel zu tun, müsse eben darüber berichten, manchmal gar widerwillig, weil es ein Thema ist, und ein Thema ist es, weil alle anderen es ständig aufgreifen. In dieser Phase geht es in „Bild“ immer wieder um den Wirbel um Wulff, den Druck auf Wulff, die Empörung über Wulff, den Spott mit Wulff, das Gift gegen Wulff („Gabriel giftet erneut gegen Wulff“) – und alles wird von anderen produziert. „Bild“ berichtet nur ordnungsgemäß

darüber. „Bild“ präsentiert das Thema, das sie ausgelöst hat, praktisch schon mit der Enthüllung so, dass sie zugleich Distanz anklingen lassen kann.

Beispiele:

Bild, 14. Dezember 2011

„Der Druck auf Bundespräsident Christian Wulff wegen eines Privat-Kredits für sein Haus wächst massiv!“

Bild, 14. Januar 2012

„Meinungsforscher Hilmer: Deutsche noch nie so unzufrieden mit einem Bundespräsidenten.“

Bild, 16. Januar 2012

„Die Debatte um Bundespräsident Christian Wulff hört und hört nicht auf.“

Bild, 5. Februar 2012

„Die Vorwürfe gegen Bundespräsident Christian Wulff reißen nicht ab.“

Bild, 9. Februar 2012

„Die neuen Vorwürfe gegen Bundespräsident Christian Wulff – sie haben erneut für Empörung gesorgt.“ [In diesem Fall schließt sich ein Hinweis an, dass „Bild“ tätig war.]

Bild, 10. Februar 2012

„Gottschalk verulkt Wulff.“

Bild, 14. Februar 2012

„So lacht der Karneval über den Bundespräsidenten.“

Zur gespielten Distanz gehört, dass „Bild“ regelmäßig Pro-Wulff-Stimmen zu Wort kommen lässt.

Bild, 23. Dezember 2011

„CDU fordert Weihnachts-Frieden für Wulff.“

Bild, 1. Januar 2012

„Bundestagspräsident Norbert Lammert (CDU) hat die Rolle der Medien in der „Kredit-Affäre“ um Bundespräsident Wulff kritisiert! Nicht nur Wulff müsse sich fragen, ob er mit den privaten Vorgängen und den damit verbundenen Vorwürfen angemessen umgegangen sei.“

Bild, 4. Januar 2012

„Die CSU stärkt dem Bundespräsidenten trotz der neuen Vorwürfe im Zusammenhang mit der Kreditaffäre den Rücken.“

Bild, 8. Januar 2012

„Köhler nimmt Wulff in Schutz. Unterstützung durch Ex-Bundespräsident.“

Immer wieder sortiert und erläutert „Bild“ die Lage, fasst zusammen und gibt einen Überblick über den Stand der Ereignisse. Zur Demonstration der Tatsache, dass sie darübersteht, passen die wohlausgewogenen Kommentare.

4.4.2 Der vernünftige Kommentar

„Bild“-Berichte und -Kommentare bewegen sich gleichermaßen auf der publizistischen Mainstream-Linie, Christian Wulff habe sich als Bundespräsident unmöglich gemacht, ohne dass sie dabei die Aggressivität an den Tag legen, die „Bild“ auch kann. Man stelle sich einen Moment lang vor, „Bild“ hätte Wulff wie die „Pleite-Griechen“ behandelt, dann fällt es leicht, sich Bezeichnungen wie „Gier-Wulff“ oder „First-Schnorrer-Pärchen“ auszumalen. Aber nein, nachdem sie am 12. Dezember 2011 das Eis gebrochen hat, orientiert sich „Bild“ über weite Strecken am Motto der sieben Schwaben: „Hannemann, geh du voran!“ Wir unterstellen hier nicht, dass „Bild“ genial alle Fäden gezogen hat, da waren viele Zufälle und glückliche Umstände im Spiel, aber durch solche Opportunitätsfenster zu springen, das macht eben gutes Management aus. Denn in der nachträglichen Analyse stellt es sich – im „Bild“-Stil ausgedrückt – für uns tatsächlich so dar: Kai Diekmann wie Ben Hur auf dem Rennwagen und „Spiegel“, „Süddeutsche Zeitung“, „Berliner Zeitung“ sowie die vielen anderen preschen nach vorne und rennen, um die jeweils Ersten zu sein – dabei ziehen sie nur Diekmanns Karren. Wie auch immer, jedenfalls vermeidet „Bild“ sorgfältig die Rolle des Scharfmachers. Im Gegenteil: Sie missbilligt offen die Berichterstattung anderer Medien, die sich aus ihrer Sicht unangemessen verhalten und über die Stränge schlagen.

Das heißt: „Bild“ hat als Erste Informationen veröffentlicht, die in der veröffentlichten

Meinung, also vor allem bei den anderen Medien, eine sehr intensive Berichterstattung und Kommentierung zur Folge haben. Das Erstrecht, alles ausgelöst zu haben, kann „Bild“ niemand mehr nehmen. So kann sie sich buchstäblich leichten Herzens zurücknehmen und zurückhalten: Sie berichtet über das, was die anderen berichten, lässt alle Seiten zu Wort kommen, hält also die eigene Geschichte mithilfe dieser Dritten ständig am Laufen und positioniert sich gar als kommunikativer Supervisor: Wenn andere Medien über Bobby-Cars berichten, dann verlieren sie das Wesentliche – eben die Kreditaffäre, die „Bild“ aufgedeckt hat – aus den Augen. So bitte nicht!, merkt „Bild“ dann sorgend und kritisch an. Und „Bild“ gibt sich auch großzügig: Wulff hat Schaden gelitten, aber wenn das Volk und die Parteien eben meinen, er solle im Amt bleiben, dann bitteschön ... In ihren Veröffentlichungen baut sie Brücken und arbeitet gleichzeitig auf der Hinterbühne unter Hochdruck mit weiteren Recherchen an der Zerstörung der Ufer.

Drei Kommentarbeispiele:

Bild, 14. Dezember 2011

„... Wenn er sein Amt retten will, muss Bundespräsident Wulff es mindestens so machen wie – Ministerpräsident Wulff. Als es 2010 um ein kostenloses ‚Upgrade‘ auf einem privaten Ferienflug ging, räumte Wulff sofort schwere Fehler ein, bedauerte aufrichtig und bat um eine neue Chance. Warum jetzt nicht? Noch liegt der Ausgang der Affäre weitgehend beim Bundespräsidenten

selbst. Aber – auch das lehrt die Erfahrung – nicht mehr lange.“

Bild, 13. Januar 2012

„Lieber Bundespräsident, alle Achtung, wie Sie und Ihre Frau die Neujahrsempfänge im Schloss Bellevue absolvierten. Alle Blicke, TV-Sender übertrugen live, waren auf Sie gerichtet. Ich bewundere Sie, dass Sie nicht ängstlich auf den Boden geblickt haben. Sie waren ein wunderbares Präsidentenpaar. Das Entlarvende sind die Augen. Wie wird man angeguckt? Fremd, gleichgültig, grußlos, obwohl man sich die Hand gibt. Auf dem Neujahrsempfang waren so viele Augen, die sich kennen. Täglich, wöchentlich, monatlich. All diese Augen der Berliner Republik guckten das Präsidentenpaar Wulff an. Vor diesen Augen knickte das Ehepaar Wulff nicht ein. Sensationshungrige Augen, höhnische Augen. Die Wulffs hielten das alles aus. Mein Respekt. Herzlichst, F. J. Wagner“

Bild, 19. Januar 2012

„Es wird lächerlich!
Der Bundespräsident hat ein Bobby-Car als Geschenk für seinen Sohn angenommen! Und sich auch noch bedankt!! Im Ernst: Die ‚neuen Vorwürfe‘ gegen Wulff werden immer kleiner, lächerlich klein. Da wendet sich das Publikum mit Grausen ab – zu Recht. Als Nächstes wird man Wulff vorhalten, dass seine Frau Rabattmarken im Supermarkt kriegt. Oder dass, wie die ‚Süddeutsche‘ spottet, ihm beim Oktoberfest

‚der Bierkrug besser eingeschenkt‘ wird als anderen. Das kann es nicht sein. Und das ist es auch nicht. Nein. Die Affäre Wulff wiegt schwer. Es verbinden sich darin Unwahrheiten, anstands- wie gedankenlos angenommene Vergünstigungen und die mangelnde Fähigkeit, aus Kritik und Fehlern zu lernen. Die Mehrheit der Bürger hat laut Umfragen ihr Urteil gefällt: Wulffs Glaubwürdigkeit sehen sie schwer beschädigt, aber zurücktreten soll er nicht. Wenn die Parteien, auf die es ankommt, ihn unbedingt im Amt halten wollen, dann wird er bleiben. Und über Bobby-Car-Vorwürfe zu Recht lachen ...“

4.4.3 Das Berufen auf andere Medien

„Bild“ informiert während der Wulff-Affäre in einer sonst unüblichen Ausführlichkeit über das Medienecho. Aggressive, besonders zugespitzte Formulierungen verwendet „Bild“ selten selbst, sondern transportiert sie als Zitate anderer Medien oder politischer Akteure.

Bild, 23. Dezember 2011

„Das war zu wenig“. Das sagt die Presse zur Wulff-Erklärung“.

Bild, 30. Dezember 2011

„DIE WULFF-DEBATTE. BILD dokumentiert wichtige Stimmen“.

Bild, 23. Januar 2012

„Wulff steht im Ring wie ein angeschlagener Boxer“. Der Bundespräsident weiter unter Druck. Presse-Echo“.

► Schaubild 2:

„Bild“ beruft sich auf andere Medien: „Bild“-Printausgabe vom 15.12.2011, Seite 2

Seite 2 **BILD KOMMENTAR**

Schaden für die FDP

Von JAN W. SCHÄFER
Krise, Chaos, FDP: Selten zuvor hat sich eine Partei selbst so zerlegt wie die Liberalen! Und selten zuvor ist ein politisches Führungsteam so schnell zerbrochen. Mit dem Rücktritt von Christian Lindner ist das FDP-Dreamteam unter 40er-Lindner, Rösel, Bahr – nach nur einem halben Jahr gescheitert. Der materielle Schaden für die FDP ist immens. Denn: Wie soll Parteichef Rösel in der Koalition und bei Wählern neues Vertrauen gewinnen, wenn selbst die eigenen Spitzenleute (freiwillig) von der Fahne gehen? Für die FDP geht es jetzt endgültig um alles. Die nächsten Wochen sind entscheidend: Sollte Rösel noch mal schwer patzen, dürfte auch seine Tage als FDP-Chef schnell gezählt sein. Und auch der neue General Patrick Döring steht angesichts der dramatischen Lage von Anfang an im Feuer – ohne jede Schonfrist...

POST VON WAGNER

Lieber Bundespräsident Wulff

der Rücktritt des FDP-Generalsekretärs Lindner hat Ihnen Luft verschafft. Sie sind raus aus den Schlagzeilen. Machen Sie aus der gewonnenen Zeit etwas. Gehen Sie in sich. Hoffen Sie nicht, dass Ihre Kreditaffäre in den Archiven verschwindet. Lassen Sie die Hosen runter, stellen Sie sich vor die Presse. Sagen Sie uns, wer Sie sind. Was ist so schwer zu gestehen, dass man nach seiner Scheidung klamm war und seinem neuen Schatz ein schönes Leben bieten wollte. Ein schönes Haus, Romantikerurlaube an weißen Stränden. Die Kre-

Sie können Franz Josef eine E-Mail schreiben: fwagner@bild.de

EU verbietet Zucker im Fruchtsaft

Brüssel – Fruchtsäfte dürfen künftig keinen Zucker oder Süßholzwurzel enthalten. Das hat das EU-Parlament beschlossen. Außerdem müssen die Säfte nach dem Hauptfruchtanteil benannt werden. Bisher durfte z. B. teurer Himbeersaft mit Apfelsaft verknüpft werden. Die neuen EU-Abgeordnete Rebecca Harms: „Verbraucher dürfen beim Saftkauf nicht an der Nase herumgeführt werden.“ (ho)

POLITIK & WIRTSCHAFT

4000 weitere Airbus-Jobs
Paris – Der europäische Flugzeugbauer Airbus will wie schon 2011 auch 2012 etwa 4000 neue Mitarbeiter einstellen.

Solarfirma Solon pleite
Berlin – Der Berliner Solarmodul-Hersteller Solon (bundesweit 530 Jobs) musste Insolvenz anmelden.

Aufhebung sorgt für keine Tarifrücklässe
Berlin – Der Aufschwung in Deutschland hat dafür gesorgt, dass es 2011 in vielen Branchen Lohn- und Gehaltserhöhungen zwischen 3 und 4 % gab (WSI-Tarifarchiv).



Wie viel KREDIT hat Wulff jetzt noch?

Berlin – **Haltung ist jetzt alles!** Fast 50 Journalisten sind gestern Mittag ins Schloss Bellevue gekommen – zum Empfang des todschickselhaften Bundespräsidenten. Doch hinter vorgehaltener Hand klingt das anders: **Das Merkel-Lager hält die Affäre keineswegs für rausgestanden.** So ähnlich klingt die meisten Äußerungen von Politikern der schwarz-gelben Koalition. „Formal korrekt“ habe Wulff gehandelt, sagt Niedersachsens CDU-Ministerpräsident McAllister. „Uneingeschränkte Unterstützung klingt anders.“ Dazu passt, was die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ gestern berichtete: In der Union werde für den Fall der Fälle schon über einen Wulff-Nachfolger im höchsten Staatsamt nachgedacht. Auch ein Name wird genannt: der von Finanzminister Wolfgang Schäuble (CDU). Allerdings: In der FDP wäre der ehemalige CDU-Chef kaum durchsetzbar. Hinzu kommt: Dazwischen haben Union und FDP in der Bundesversammlung (1240 Mitglieder), die den Präsidenten wählt, nur höchstens vier Stimmen Vorsprung. In der SPD hieß es deswegen: Sollte Wulff über die Affäre stürzen, werde man erneut auf Joachim Gauck zugehen – der vor 2010 Wulffs Gegenkandidat von Rot-Grün, SPD-Generalsekretärin Andrea Nahles sagte bei RTL: „Ich wünsche mir endlich mal jemanden, der dem Amt gewachsen ist.“ Wulff habe sein Amt „sehr beschädigt.“ Auch in der nieder-sächsischen Heimat gibt es derzeit in der SPD, in einer kleinen Anfrage wollen die Genossen wissen, wo Wulff zwischen 2003 und 2010 seine Urlaube verbracht und bei wem. PS: Bei der Verteilung des Deutschen Zukunftspreises am Abend in Berlin scheint es so, als würde den Bundespräsidenten das alles nicht beklümmern. Routiniert spult er sein Programm ab, scheint leicht. Aber die Affäre hat ihn längst eingeholt...

Warum durfte der Freund mit auf Auslandsreisen?

Von N. HARBUSCH
Berlin – In der Affäre um seinen verschwundenen 500 000-Euro-Kredit geht es jetzt um die Frage: Warum nahm Christian Wulff seinen Freund Egon Geerkens (67) dreimal mit auf Auslandsreisen? Fakt: Die erste gemeinsame Reise unternahm Wulff und Geerkens am 2. Oktober 2009 – einen Tag nachdem Wulff den Kaufvertrag für sein Haus abgeschlossen hatte, für das die Gattin den Kredit gab. Die Reise nach China und Indien endete am 11. Oktober 2008. 14 Tage später gewährt Edith Geerkens den Wulff den 500 000-Euro-Kredit. Nach BILD-Informationen begleitete Wulff Geerkens 2009 danach bei zwei weiteren Auslandsreisen. Vom 14. bis 21. März 2009 gehörte der Ehemann der Kreditgeberin der Wirtschaftsdelegation bei Christian Wulffs Reise nach Japan an. Vom 29. September bis 5. Oktober 2009 nahm Wulff seinen wohlhabenden Freund mit in die USA (u. a. Los Angeles, Houston). Auf BILD-Anfrage, in welcher Funktion der ehemalige Schrottl- und Schmuckhändler an der Reise teilnahm, erklärte das Bundespräsidialamt: „Als Teilnehmer der Wirtschaftsdelegation auf eigene Kosten.“ Nach Ablösung des Kredites im März 2010 gehörte der Rentner keiner Reise-Delegation von Christian Wulff mehr an.

BILD-BUNDESAUSGABE • 15. DEZEMBER 2011

20 % mehr neue Wohnungen!

Berlin – Die langjährige Wohnungsbau-Flaute in Deutschland ist vorerst gestoppt! Nach BILD-Informationen rechnen die Landesbauportale damit, dass die Zahl der Wohnungsbau-genehmigungen in diesem Jahr auf 225 000 steigt – ein Anstieg um satte 20 %. Für 2012 erwarten die Experten eine Erhöhung um 5 % auf 235 000. Aber: Deutschland liege im Europa-Versicherlich weiter an dritthöchster Stelle. (em)



Lindner-Rücktritt! Döring neuer FDP-General

Von JAN W. SCHÄFER
Berlin – Was für ein Chaos-Tag bei der FDP: Rücktritt Wulff, Tränen – und binnen Stunden ein neuer Generalsekretär! Christian Lindner (37) schmeißt überraschend hin. Sein Nachfolger als Generalsekretär wird Patrick Döring (38). Die Nachricht schlug im politischen Berlin ein wie eine Bombe. Am Vormittag gibt Lindner bekannt: „Es gibt Momente, in denen man seinen Platz frei machen muss. Meine Erkenntnis hat zur Konsequenz, dass ich den Posten des FDP-Chefs nicht niederlege.“

berichtet gestern „Süddeutsche Zeitung“ und „FAZ“ (von oben nach unten) und der Steinkor Hans Zippert in seiner Kolumne in der „Welt“

Zippert zappt

Christian Wulff ist ein Mann mit silberner Gattin und vermögenden Freunden. Was die wenigsten wissen: Von Beruf ist Wulff Bundespräsident, in der Realität ist er ein Mann, der das man betriebl. Ausbildung braucht und das sich deshalb eigentlich für schwerer Vertrieblen mit Migrationsminister-Grund eignen würde. Stattdessen bekam Wulff den Job, dabei war er schon Ministerpräsident. Wulff ist ein Glücksfall. Trifft er im Ausland in Erscheinung, macht er immer ein leicht bestogenes Gesicht. Das wirkt so, als wäre er gleich auf Menschenrechtsverletzungen oder Verstöße gegen die Pressefreiheit hinweisen, tatsächlich deutet es auf Probleme mit fremden Säuren hin. Sobald er nicht im Fernsehen ist, vergisst man, dass es ihn überhaupt gibt. Oft vergisst man ihn schon, während man ihm zusieht. Wulff schafft das Amt ab, indem er es ausübt. Damit er selber bemerkt, dass es ihn gibt, ist es notwendig, dass er hin und wieder einen skandalig produzierten, im aktuellen Fall geht es um Geld und Hallwörterarbeiten. Einige fordern bereits seinen Rücktritt, andere wollen erst mal wissen, wem Wulff überhaupt zurücktreten könnte.

Überbrückung

Patrick Döring (38) gestern bei seiner Vorstellung

Thrombose! HELMUT SCHMIDT IN KLINIK

Hamburg – Gut eine Woche vor seinem 83. Geburtstag ist Helmut Schmidt im Krankenhaus im Krankenhaus. Ein Blutergerinnel in der Beinvene soll ihm mit Medikamenten entfernt werden. Es besteht keine Lebensgefahr, so Schmidt. Leibarzt Prof. Heiner Grottel: „Wir gehen davon aus, dass Herr Schmidt Anfang kommender Woche wieder nach Hause kann.“ Wegen einer Verdrickung am Bein hatte sich der Altkanzler am Dienstag einleiten lassen. Schmidt geht es ansonsten sehr gut. Hoff es in seiner Umgebung.



Schaubild 3:

„Bild“ verweist auf andere Medien: „Bild“-Printausgabe vom 20.12.2011, Seite 2

Seite 2 KOMMENTAR Preisabzocke stoppen! Von ANGI BALDAUF

Autofahrer in Deutschland sind den fünf großen Tankstellenketten hilflos ausgeliefert. Fast zeitgleich ändern sie die Preise und langen vor allem vor den Feiertagen beim Verbraucher richtig zu. Seit Jahren reden Politiker nur. Doch getan wurde nichts gegen die Willkür der Ölmultis. Ausgerechnet das kleine Thüringen wehrt sich jetzt – mit einer Gesetzesinitiative im Bundestag. Die Idee: Wie in Österreich soll es eine Preisbremse geben: Erhöhen geht nur einmal am Tag, senken geht immer. Ob das wirklich hilft, der Preistreiber ein Ende zu setzen, muss die Praxis zeigen. Dennoch macht der Vorstoß Sinn! Er zeigt: Die Politik ist bereit, sich gegen Kartelle zu wehren, die ihre Preise zulasten der Verbraucher in die Höhe treiben. Und nur diese Sprache verstehen die Ölmultis!



Wulff (l.) und Maschmeyer 2006 Von M. HEIDEMANN und N. HARBUSCH Berlin/Hannover – Und wieder geht es um Christian Wulff (52) und das Geld seiner Freunde. Zeitungsanzeigen, mit denen im Herbst 2007 während des niedersächsischen Landtagswahlkampfes für das Christian-Wulff-Buch „Besser die Wahrheit“ geworben worden war, sind nicht wie üblich vom Ver-

So bezahlte Maschmeyer die Anzeigen für das Wulff-Buch

Das Buch von Autor Hugo Müller-Vogg, in dem Wulff sein politisches und politisches Leben beschreibt, war ein wichtiges Instrument des Landtagswahlkampfes. Allein die CDU kaufte einige Tausend Exemplare und versenkte sie als Wahlwerbung für den damaligen Ministerpräsidenten Christian Wulff. Bei der Finanzierung der Anzeigen wurde eine ungewöhnliche Form gewählt, die der damalige Hoffmann-&Campe-Geschäftsführer Manfred Bissinger eingefädelt hatte. Er schrieb dem Maschmeyer-Büro am 16. Juli 2007: „Wie vereinbart schicke ich Ihnen heute den angekündigten Medienplan für das Wulff-Buch von Hugo Müller-Vogg. Es soll im Oktober erscheinen und Herr Maschmeyer hatte separat telefonisch zugesagt, eine niedersächsische Medienkampagne für das Buch finanziert zu wollen.“ Als Zeitungen wurden u.a. die „Hannoversche Allgemeine Zeitung“ und die „Braunschweiger Zeitung“ vorgeschlagen – alles regionale Titel aus Niedersachsen, wo Christian Wulff im Januar 2008 bei den Landtagswahlen erneut zum Ministerpräsidenten gewählt werden wollte. Die Anzeigen erschienen am 19. Oktober 2007 in der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“, am 20. Oktober in der „Neuen Osnabrücker Zeitung“ und der „Braunschweiger Zeitung“, sowie am 27. Oktober in der „Nachwest-Zeitung“.

Bundespräsidenten-Affäre

Collage of newspaper headlines: 'Wulff: Ich kann verantworten, was ich getan habe', 'Ein Präsident auf Abruf', '6 Mal Urlaub bei Amigos', 'Wulff wartet auf Weihnachtswunder', 'Zu Gast bei Freunden', 'Der Ober-Schnorrer', 'Wulff legt seine Privaturlaube bei', 'Mehrfach verbrachte er Ferien bei Unternehmer-Freunden', 'Wulffs heikle Urlaubs-Liste', 'Um Haltung bemüht: Bundespräsident Christian Wulff (52) gestern Morgen im Schloss Borsdorf'.

Wulff: Ich kann verantworten, was ich getan habe FAZ Ein Präsident auf Abruf AZ 6 Mal Urlaub bei Amigos Berliner Kurier Wulff wartet auf Weihnachtswunder Financial Times Deutschland Der öffentlichen Wulffs Urlaubsliste MORGENPOST In Pakal locken zwei Millionen Euro Wulff legt seine Privaturlaube bei Unternehmern offen, an Rücktritt denkt der Bundespräsident nicht WELT KOMPAKT Der Ober-Schnorrer Wulffs heikle Urlaubs-Liste Hamburger Morgenpost

Wie lange hält das Amt, solche Schlagschläge?

POST von WAGNER „Großer Nachfolger“ Kim Jong Un, Sie haben ein dickes, wohlgenährtes Gesicht. Sie leben im Land des Hungers, Nordkorea. Nach dem Tod Ihres Vaters erben Sie Zensur, Blut, Gewehr, Gräber, Hungersnot – und die Atombombe. Sie sind 28. Ihr Vater hat Sie zum Studium nach Bern in die Schweiz geschickt. Sie sprechen Englisch und Deutsch. Ihre Lehrer sagen, dass Sie sich für Basketball interessieren und Baseball-Caps tragen. Na, das ist doch ein Anfang. In Ihrem Land müssen Menschen Herzlichst F. J. Wagner Franz Josef Wagner Sie können Franz Josef Wagner auch eine E-Mail schreiben: f.wagner@bild.de

Über dem Berliner Schloss Bellevue hängen dunkle Wolken. Feiner Nieselregen fällt auf die festlich geschmückte Weihnachtskanne vor dem Portal. Doch drinnen im Amt, bei Christian Wulff und seinen Ehrengästen, kommt Feststimmung nicht so recht auf. Alle können die Presse-Schlagzeilen, die das Präsidentsamt dem Präsidenten schon am frühen Morgen gesendet hat: „Ober-Schnorrer“, „Verdrückter Kleinbürger“, „Ein Präsident auf Abruf“, „Wulff wartet auf Weihnachtswunder“.

Als gäbe es all das nicht, tritt Christian Wulff gegen 11 Uhr im Longhorns-Saal des Bellevue zum Rednerpult. Dunkler Maßanzug und Frisur sitzen perfekt. Der Bundespräsident lächelt eisern, als sein Blitzlichtgewitter der Fotografen auf ihn niedergeht. Aufgereiht vor ihm sitzen angründende und scheidende Richter des Bundesverfassungsgerichtes, unter ihnen Ex-Ministerpräsident Peter Müller (Saarland). „Sonst lockt so ein Termin kaum einen Journalisten in den Amtssitz des Staatsoberhauptes. Doch jetzt drängen Wulffs Worte teilweise gar nicht bis zu den Ehrengästen, so laut klicken und surren die Aus-

läßer der vielen Presse- und TV-Kameras. Der Bundespräsident gibt sich Mühe, keine Angriffsfläche zu bieten. Beton locker plaudert er über die Lebenssäule seiner Festagte. Kein Wort von Krise, von Skandal. Fast belustigt guckt Wulff immer wieder in die Runde, hält sich dabei nicht wie sonst am Rednerpult fest. Im Gegenteil: Er zeigt große Gesten und Handbewegungen, um seinen Worten Kraft und Gewicht zu geben. Die Botschaft: Seht her! So unerschütterlich stehe ich im Amt – Doch der Schein trügt. Denn keine 2000 Meter weiter, vor der Kanzlei von Wulffs Anwälten am Leipziger Platz, stehen schon Duk-

zende Reporter in Position, um sich durch die bereitgestellten Aktenordner ihres Bundespräsidenten zu wühlen. Durch Kontoauszüge und Verträge zum Kauf von Wulffs Privathaus, der die ganze Republik bewegt. Da kommt die Nachricht aus dem fernen Kosovo gerade recht. Kaum ist Wulffs letzter offizieller Festakt des Jahres beendet, meldet sich Kanzlerin Merkel von einer Dienstreise zu Wort. Der Bundespräsident habe ihr „volles Vertrauen“, so Merkels Botschaft. Und was im Raum stehe, so die Kanzlerin weiter, werde von Wulff persönlich aufklärt. Auch FDP-Cheferin Patrick Döring und Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schwarz sprangen Wulff zur Seite. Rücktrittforderungen wie die des bayrischen FDP-Politikers Thomas Dechant seien „ganz vereinzelte Stimmen“, so die Ministerin.

Warme Worte für einen Präsidenten unter Druck. Eine offizielle Hürde hat Wulff in dieser Woche noch vor sich: die traditionelle Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten. Wie wird er sich an die Bürger wenden? Soll er seine Kreditlinien ansprechen oder nicht? Ein Team von Beratern arbeitet daran. Nur eines ist sicher: Die Rede wird er diesmal, anders als 2010, ohne Anwesenheit von Journalisten auszeichnen ...



Kanzlerin besucht Soldaten im Kosovo Pristina – Weihnachtsbesuch von Kanzlerin Merkel bei „der Truppe“ – diesmal im Kosovo und nicht in Afghanistan. Merkel im Hauptquartier der Nato-Truppe (Kofar). „Dieses Jahr wollte ich es anders machen – und das Kosovo ist ja auch wieder ein akuter Krisenherd.“ Ende November waren deutsche und österreichische Kofar-Soldaten in ein Feuergefecht verwickelt. Bilanz: 30 Verletzte.

POLITIK & WIRTSCHAFT Russen kaufen Siemens-Züge München – Die russische Bahngesellschaft RZD hat bei Siemens acht Hochgeschwindigkeitszüge bestellt, außerdem haben die Unternehmen einen Servicevertrag über 30 Jahre geschlossen. Gesamtvolumen des Auftrags: 600 Mio. Euro. Opel baut Stellen ab Rüsselsheim – Nach Informationen der Zeitschrift „Automotive News Europe“ will Opel in seinem internationalen Technischen Entwicklungszentrum bis zu 1420 Vollzeitstellen streichen. Ein Sprecher von Opel nannte die Zahl zu hoch. Großbritannien will nicht zahlen Brüssel – Großbritannien will seinen vorgesehenen 25-Milliarden-Euro-Beitrag für eine Aufstockung des Internationalen Währungsfonds nicht leisten. Zur Stärkung des IWF wollen die Euroländer zusätzliche Mittel von rund 150 Milliarden Euro bereitstellen.

SYRIEN Armee erschießt eigene Soldaten Damaskus – In Syrien sind nach Berichten von Menschenrechtlern bis zu 70 Soldaten von eigenen Kameraden erschossen worden, als sie versucht hatten, aus einem Stützpunkt der Armee zu fliehen und sich der Opposition anzuschließen. Überlebende sagten, die Armee habe mit Schusswaffen auf sie gefeuert.

Bild, 3. Januar 2012

„Massive Presse-Kritik an Bundespräsident Wulff“.

Bild, 4. Januar 2012

„Verheerendes Presse-Echo verstummt nicht“.

Bild, 4. Januar 2012

„Spott über das Staatsoberhaupt im Internet geht weiter“.

Bild, 5. Januar 2012

„Vernichtendes Presse-Echo auf Wulff-Auftritt“.

Bild, 10. Februar 2012

„Jetzt muss sich Christian Wulff auch noch Spott der ‚Frankfurter Allgemeinen Zeitung‘ gefallen lassen!“

Das Vorschicken der anderen Medien, dieses Sich-Einreihen, manchmal fast Verstecken, das gänzlich untypisch ist für das Medium ‚mit den größten Stiefeln‘, deuten wir als strategische Reaktion auf den offenkundigen Widerspruch zwischen dem vorherigen „Bild“-Beifall für Wulff und den jetzt angebrachten Pfui-Rufen. Als Kampagnenführer gegen Wulff ist der bisherige öffentliche Kumpel von Wulff gänzlich ungeeignet. So hat es „Bild“ tatsächlich geschafft, dass es so gut wie keine nennenswerten öffentlichen Nachfragen gab: Wie konntet ihr eigentlich in den Jahren zuvor dieses prächtige Standbild Wulff errichten? Schließlich fallen alle moralischen oder sogar juristischen Verfehlungen in die Zeit der „Bild“-Jubel-Phase.

4.4.4 Vergleich: Die Weihnachtsansprachen des guten und des bösen Wulff

Zur Illustration des grundsätzlichen Unterschiedes zwischen der inszenierten Intimität der Jubel-Zeiten und den Methoden der Wirbel-Phase stellen wir zwei Berichterstattungen über das gleiche Ereignis, die Weihnachtsansprache des Bundespräsidenten Christian Wulff, einander gegenüber – einmal, 2010, unter „Jubel-“, das andere Mal, 2011, unter „Wirbel-Konditionen“. An diesem Beispiel zeigt sich zugleich, wie entscheidend der jeweilige allgemeine Kontext für die Wahrnehmung eines Ereignisses ist und wie sehr die Darstellung beherrscht sein kann von der gewählten Perspektive sowie der gewünschten Botschaft. Nach den vorausgegangenen Analysen sprechen die Unterschiede für sich.

Meldung über die bevorstehende Weihnachtsansprache des guten Wulff im Jahr 2010:

Bild, 24. Dezember 2010

„Ihr Kinderlein kommet!

Christian Wulff

So fröhlich und locker hat noch kein Präsident seine Weihnachtsansprache gehalten Berlin – Kindergeschrei hallt durchs Schloss Bellevue, am Weihnachtsbaum hängen Sterne mit krakelig geschriebenen Wunschzetteln – und der Bundespräsident steht fröhlich lachend mitten im Gewusel! Christian Wulff zeigt in seiner Weihnachtsansprache, wie viel neues Leben er schon ins Schloss Bellevue gebracht hat.

Der jüngste Bundespräsident aller Zeiten macht fast alles anders als seine Vorgänger. Seit der 1. TV-Ansprache 1970 und auch unter Horst Köhler war es immer das gleiche Bild: Der Bundespräsident sitzt in seinem Amtszimmer steif am Schreibtisch, auf dem Tisch meist eine Kerze im Tannenzweig, daneben ein Weihnachtsbaum, die Fahne ... Wulff hält die Ansprache im Großen Saal, STEHT vor einem mächtigen Weihnachtsbaum und der Fahne mit dem Bundesadler – und hat zum ersten Mal Live-Publikum! Um ihn herum hören Kinder, Pfadfinder, Sportler, Ordensschwestern und Ehrenamtliche zu, 190 Gäste.

WAS IST WULFFS WEIHNACHTSBOTSCHAFT? ‚Jeder muss spüren: Ich gehöre dazu, ich werde gebraucht. Unsere Gesellschaft lebt von denen, die sehen, wo sie gebraucht werden, die nicht dreimal überlegen, ob sie sich einsetzen und Verantwortung übernehmen. Zusammenhalt, Verständigung, Miteinanderauskommen: Das brauchen wir in unseren Familien, in unserem privaten Leben und in unserer Gesellschaft.‘

Die Kamera schwenkt auch auf die Gäste – mittendrin First Lady Bettina Wulff (37), die Kinder Leander (7) und Linus (2). Wulff: ‚Wissen Sie, was die meisten Kinder von ihren Eltern gern hätten? Mehr Zeit. Das wünschen sich meine Kinder übrigens auch. Nehmen wir uns Zeit füreinander.‘ Nach der Aufzeichnung zeigte der Bundespräsident spontan seinen Gästen das Schloss. Die Ansprache im TV: morgen

19.08 Uhr ZDF/20.10 Uhr ARD“ (24. Dezember 2010 – das „bild.de“-Archiv macht abweichende Angaben).

Meldung über die bevorstehende Weihnachtsansprache des bösen Wulff im Jahr 2011:

Bild, 22. Dezember 2011

„SPD-Chef: Wulff muss sein Schweigen brechen

Kritik an Weihnachtsansprache

Staatsanwaltschaft: Keine Ermittlungen nach Strafanzeigen

... Auch aus der FDP kommt scharfe Kritik an Wulffs Aufklärungspraxis. ‚Ich bin zumindest positiv überrascht, dass er wenigstens die Weihnachtsansprache nicht auch noch von Anwälten hat verlesen lassen‘, sagte der bayerische FDP-Bundestagsabgeordnete Erwin Lotter. Lotter hatte am Wochenende als bisher einziger Politiker der schwarz-gelben Koalition den Rücktritt des Staatsoberhauptes gefordert und diesen Schritt als Gebot des Anstands bezeichnet. Aufgrund der Ereignisse der vergangenen Tage fühle er sich in dieser Haltung bestätigt, sagte Lotter.

UMFRAGE Die Mehrheit der Bürger hat für Wulffs Verhalten offenbar kein Verständnis. Laut einer BILD.de-Umfrage sind über 60 Prozent der User der Meinung, dass der Bundespräsident sein Schweigen brechen sollte ...

Die Anti-Korruptions-Organisation ‚Transparency International‘ forderte Wulff auf, noch vor seiner Weihnachtsansprache mit

einer öffentlichen Erklärung in der Kreditaffäre reinen Tisch zu machen. ‚Der Bundespräsident muss vor seiner Weihnachtsansprache am Sonntag alle Karten öffentlich und rückhaltlos auf den Tisch legen‘, sagte die Vorsitzende von ‚Transparency Deutschland‘, Edda Müller, der ‚Neuen Osnabrücker Zeitung‘. Eine Weihnachtsansprache Wulffs zum Zusammenhalt in der Gesellschaft sei ‚peinlich hoch drei‘, solange die gegen ihn erhobenen Vorwürfe im Raum stünden.

Doch in seiner Weihnachtsansprache wird sich der Bundespräsident nicht zu den Vorwürfen äußern. Die Rede des Staatsoberhauptes wurde am Mittwoch im Schloss Bellevue aufgezeichnet. Zu den Vorwürfen sagt Wulff da nach BILD-Informationen kein Wort. Zentrales Thema der präsidentialen Weihnachtsbotschaft ist der Zusammenhalt in der Gesellschaft. Die Rede wird am 1. Weihnachtsfeiertag gesendet. Rätselhaft: Das ZDF hat für die Ausstrahlung am 25. Dezember sieben Minuten angesetzt (19.08 bis 19.15 Uhr), die ARD nur fünf (20.10 bis 20.15 Uhr). Gibt’s im Ersten etwa einen Schnelldurchlauf?

Es ist Wulffs zweite Weihnachtsansprache. Doch hat er bereits eine neue Tradition begründet. Anders als seine Vorgänger Horst Köhler, Johannes Rau und Roman Herzog sitzt er nicht allein am weihnachtlich dekorierten Schreibtisch. Christian Wulff und seine Frau Bettina stehen zwischen drei Dutzend Gästen, wie schon 2010. In diesem Jahr setzt sich die Gästeschar aus Bürgern

zusammen, denen der Präsident und seine Frau persönlich begegnet sind: eingebürgerte Zuwanderer, Feuerwehrleute, Rettungssanitäter, Teilnehmer eines deutsch-israelischen Jugendaustausches und Familien, bei deren siebtem Kind das Staatsoberhaupt traditionell die Ehrenpatenschaft übernimmt. Wulff steht in der Kritik, weil er 2008 noch als niedersächsischer Ministerpräsident von der Frau des befreundeten Unternehmers Egon Geerkens einen 500.000-Euro-Kredit für den Kauf eines Privathauses aufnahm, diesen 2010 auf eine Anfrage im Landtag aber unerwähnt ließ. Auch die große Nähe Wulffs zu Unternehmergrößen ist umstritten. So verbrachte er als Regierungschef zwischen 2003 und 2010 sechs Urlaube bei Freunden in Spanien, Italien, Florida und auf Norderney – als deren Gast. Der mit ihm befreundete Geschäftsmann Carsten Maschmeyer hatte im niedersächsischen Landtagswahlkampf 2007/2008 eine Anzeigenkampagne für das Wulff-Buch ‚Besser die Wahrheit‘ finanziert. Von diesen Zahlungen wusste Wulff nach Angaben seines Anwalts, Maschmeyers und des Verlages jedoch nichts.“

4.5 „Bild“-Beziehungen am Beispiel böser Wulff

4.5.1 Die gewohnte Instrumentalisierung und das Ungewohnte

Instrumentalisierung ist das „Bild“-typische Beziehungsmodell. „Bild“ setzt gerne andere dafür ein, die eigenen Botschaften zu transportieren. Das haben wir in der Analyse der „Bild“-Darstellung der Griechenland- und Eurokrise im Detail aufgezeigt, und das ist in der Wulff-Affäre genauso. In nennenswerter Häufung kommt zu Wort, wer ‚die Geschichte‘ vorantreibt; wer bereit ist, sich zitieren zu lassen mit Äußerungen, die „Bild“ passend erscheinen. Das ist in der Wulff-Affäre in ungewöhnlicher Regelmäßigkeit bei dem SPD-Vorsitzenden Sigmar Gabriel der Fall. Egal ob er staatsmännisch-zurückhaltend („SPD-Chef Gabriel will Wulff im Amt halten“, 26. Dezember 2012) oder mit oppositioneller Härte („Gabriel giftet erneut gegen Wulff“, 12. Januar 2012) auftritt – beides passt in das Blatt-Konzept, einerseits selbst wohlhabend zu erscheinen, andererseits die Attacken anderer umfänglich zu präsentieren. Die Interviews mit Gabriel, die Übernahme seiner Erklärungen aus anderen Medien bewegen sich im zweistelligen Bereich und fallen ob ihrer Häufigkeit auf. Nicht besonders hervorgehoben werden muss, dass jeweils die Ersten, die nach Rücktritt rufen, eigene Meldungen bekommen: die erste Person aus der Politik überhaupt, die erste Person aus der Regierungskoalition, die erste Person aus der Union, aber das macht auch jedes journalistische aktuelle Medium.

Die Grenzen zwischen journalistischer Chronistenpflicht und Produktion von Aufregung sind bei diesen Rücktrittsforderungen von Einzelnen ebenso wie bei der Wiedergabe scharfer Anti-Wulff-Ausfälle fließend. Zweifelsfrei muss darüber berichtet werden, wenn ein anderer Politiker den Bundespräsidenten der Lüge bezichtigt. „Bild“ macht es auf seine Weise, genüsslich ausbreitend und zugleich die Nase rümpfend oder sogar zuhaltend, ob des schlechten Geruchs:

Bild, 22. Januar 2012

„Der Vorgang ist unerhört: Gestern hat der Vorsitzende der Grünen im niedersächsischen Landtag, Stefan Wenzel, Bundespräsident Christian Wulff öffentlich als Lügner bezeichnet ...“

Auch die Demoskopie ist ein normaler und beliebter Zeuge. „Bild“ befindet sich in der komfortablen Lage, dass sowohl Mehrheiten für als auch gegen Wulff in ihr Konzept passen. Deshalb kommen die Demoskopien noch mehr als sonst zu Wort. Nur drei Beispiele:

Bild, 21. Dezember 2011

„Einen Rücktritt Wulffs lehnt die überwältigende Mehrheit der Bürger (79 Prozent) der Umfrage zufolge ab“.

Bild, 14. Januar 2012

„Meinungsforscher Hilmer: Deutsche noch nie so unzufrieden mit einem Bundespräsidenten“.

Bild, 15. Februar 2012

„Die Mehrheit der Deutschen fordert inzwischen den Rücktritt von Christian Wulff“.

Das hervorstechende Beziehungsmerkmal der Wulff-Affäre, das uns bei „Bild“ sonst weniger bis überhaupt nicht begegnet, bilden die intensiven und häufigen Kontakte zwischen „Bild“ und anderen Medien. Dass „Bild“ in die Reihen der sogenannten Qualitätsmedien aufgenommen ist, wurde zu keinem vorherigen Zeitpunkt so augenfällig demonstriert, insbesondere für das Fernsehpublikum. In einer großen Zahl der rund 30 Talkshows zum Thema saßen Nikolaus Blome, Mitglied der „Bild“-Chefredaktion, sowie Chefredakteure von „Spiegel“, „Stern“ etc. und verteidigten Schulter an Schulter die Pressefreiheit. Wie sehr die Qualitätsmedien in der Wulff-Affäre von „Bild“ – faktisch, bestimmt nicht in jedem Fall bewusst und gezielt – instrumentalisiert wurden und wie eifrig diese mitgemacht haben, wäre eine eigene Untersuchung wert.

Im Frage-Antwort-Spiel des „Bild“-Presse-sprechers, das die „taz“ publizierte, ist zu lesen: „Bild: Warum schicken Sie immer Nikolaus Blome in TV-Talkshows und nie den Chefredakteur selbst? Weil Nikolaus Blome einfach besser aussieht.“ „taz“-Redakteur Felix Dachsel analysiert unseres Erachtens sehr zutreffend: „Das gehört zur Strategie des Springer Verlags: Die Mailbox-Affäre und die eigene Rolle zu ironisieren. Ironie als Verteidigung. Nicht erst seit sich Kai Diekmann 2009

auf seinem Blog selbst veräppelte, hat das Tradition bei Bild“ („taz“, 25. Januar 2012).

4.5.2 „Bild“ – Sie will ja nur (mit)spielen

„Bild“ begnügt sich in vielen Fällen nicht mit der Rolle des Beobachters, Berichterstatters und Kommentators, auf die sich journalistische Medien konzentrieren und mit der sie sich begnügen und zu begnügen haben. „Bild“ will selbst auf die Bühne. Sie macht sich eine bestimmte Position zu eigen, vertritt sie offensiv und richtet ihre Veröffentlichungen daran aus; sie mischt sich ein, will selbst ein (politischer) Akteur sein. Sie wertet auf, was für ihre Position spricht, und wertet ab oder ignoriert, was dagegensprechen könnte. Das ist für „Bild“ normal.

In der Wulff-Affäre wird „Bild“ vom Bundespräsidenten höchstpersönlich eingeladen mitzuspielen.

Aber: „Bild“ ist kein Akteur wie andere, beispielsweise wie Politiker, Parteien oder Unternehmensverbände, Regierungsmitglieder oder Bundespräsidenten. Wodurch unterscheidet sich der Akteur „Bild“ von anderen direkt Beteiligten? Wie lässt sich die Rolle genauer fassen, die „Bild“ einnimmt? „Bild“ spielt – im Wortsinn – mit. Wo es für andere um vieles, manchmal um alles geht, mischt „Bild“ mit: Mal sehen, was dabei herauskommt. Herauskommen muss für „Bild“ mehr Aufmerksamkeit und zumindest kein Gesichtsverlust. Wie die Sache selbst ausgeht, ist für das Massenmedium nicht so wichtig. Für alle anderen direkt Beteiligten, für Wulff und seine Frau, für Angela Merkel,

Sigmar Gabriel und alle anderen politischen Personen, geht es um Ämter und Interessen, um Karrieren und Wahlchancen, um die Verwirklichung von politischen Konzepten und Zielen, um ihre künftigen Arbeits- und Lebensmöglichkeiten. Für „Bild“ kommt es dagegen „nur“ darauf an, sich selbst und das Ereignis in den Augen ihres Publikums attraktiver zu gestalten. Dabei ist „Bild“ an nichts gebunden; deshalb kann sie von heute auf morgen im Zweifel für oder gegen dieselbe Sache sein. Sie muss nur darauf achten, allzu abrupte Übergänge ein bisschen geschmeidiger zu gestalten. Am besten ist es, wenn groß was los und „Bild“ mittendrin ist.

Natürlich kann man diesen Gedanken weiterschreiben: Der publizistische und ökonomische Erfolg von „Bild“ hat Konsequenzen für die künftigen Arbeits- und Lebensmöglichkeiten der „Bild“-Macher. Aber dafür ist eben der Ausgang des Ereignisses, der Verlauf der Sache selbst, welcher für die anderen Beteiligten so große Bedeutung hat, für „Bild“ nebensächlich. „Bild“ lebt von der Aufregung um und der Aufmerksamkeit für das Ereignis. Wenn die Aufmerksamkeit groß genug und „Bild“ auf der Bühne gut genug war, dann gibt es für „Bild“ immer ein Happy End, die Sache selbst kann ausgehen, wie sie will. Das erscheint zynisch und ist auch zynisch, wenn es wie im Fall „Bild“ mit radikaler Konsequenz und Rücksichtslosigkeit praktiziert wird.

Die Parallele liegt auf der Hand: Alle Massenmedien sind notwendigerweise den Themen gegenüber weitgehend gleichgültig, über die sie berichten; ob sie nun journalistisch, also

möglichst sachgerecht und differenziert, informieren oder ob sie „medialistisch“ nur möglichst große Aufmerksamkeit wecken wollen. Das Ereignis ist in beiden Fällen nur ein Thema, über das berichtet wird, ohne dass die Berichterstatte darin involviert wären; für journalistische Medien ist diese Distanz, diese ‚gewisse Gleichgültigkeit‘ gegenüber dem Thema geradezu die Voraussetzung, um eben journalistisch, also sachlich und kritisch-distanziert analysierend berichten zu können. Bei „Bild“ geht es jedoch um eine grundsätzlich andere Form der Distanz und Gleichgültigkeit, die strikt zu unterscheiden ist von der eben erwähnten.

Wieder ist die Sachlage kompliziert: Einerseits sind die einzelnen Themen und Ereignisse für „Bild“ gleichgültiger als für journalistische Medien, denn wenn etwas wichtig ist, wenn es politisch-gesellschaftliche Relevanz besitzt, muss ein Journalist es aufgreifen, ein „Bild“-Mitarbeiter nicht, denn er hat andere Kriterien. Andererseits gibt „Bild“ in der Regel jede Distanz auf, sobald sie ein Thema als ihres ausgewählt hat. Sie stürzt sich geradezu darauf, saugt es buchstäblich aus, konstruiert, inszeniert und verformt es so, dass sich mit ihm möglichst viel Aufsehen und Aufmerksamkeit erzeugen lässt. Ist das gewählte Thema ausgesaugt, funktioniert es auf dem Markt der Aufmerksamkeitsökonomie nicht mehr, dann wird dieses Thema – ob der Aufstieg oder Fall eines Politikers, ein Bombenanschlag, ein Krieg, ein sterbender Eisbär oder ein dopender Radfahrer – von einer Stunde zur nächsten weggeworfen und ein neues Thema genommen.

Diese prinzipielle „Gleichgültigkeit“ besteht auch dann weiter, wenn und obwohl „Bild“ sich zum Beteiligten des Ereignisses macht, wenn das Ereignis für „Bild“ also nicht nur ein Thema, sondern ein eigener Fall ist, ein Ereignis, in das sie sich – bewusst und gezielt – selbst verstrickt.

Zwischenspiel. Was passiert nun, wenn „Bild“ als Akteur auf das Spielfeld tritt, auf dem sich die anderen Akteure wie Wulff, Merkel und Gabriel bereits befinden – und rundum lagern die journalistischen Medien, um das Spiel zu beobachten, zu analysieren und anschließend darüber zu berichten? Wir haben den Eindruck, dass es zunächst einmal zu Irritationen, Missverständnissen und Fehleinschätzungen bei allen anderen kommt – nur nicht bei „Bild“. Denn „Bild“ allein weiß, in welcher Rolle sie heute auftritt. In welcher Rolle sie morgen auftritt, weiß sie heute noch nicht, das entscheidet sie erst morgen. „Bild“ nimmt für sich in Anspruch, sich an keine Regeln zu halten und sich aus dem kompletten Rollen-Repertoire zu bedienen.

Was heißt das konkret: „Bild“ stand jahrelang mit Wulff zusammen auf diesem Spielfeld und hat aktiv mitgearbeitet, dass er zur Erfolgsmarke, schließlich zum Bundespräsidenten wurde. Dann verlässt „Bild“ auf einmal das Spielfeld, setzt sich zu den anderen journalistischen Medien an den Spielfeldrand und berichtet sachlich-kritisch in journalistischer Manier, sogar in der Rolle des journalistischen Aufklärers über vermutete Verfehlungen des bisherigen Mitspielers Wulff. Dabei

nimmt sich „Bild“ interessanterweise noch einen Schritt zurück, ist auf der Vorderbühne gar nicht mehr aktiv, sondern berichtet nur noch über das, was die Akteure auf dem Spielfeld sagen und tun. Zugleich berichtet sie ausführlichst darüber, was die am Spielfeldrand lagernden journalistischen Medien publizieren. Zwischendrin wechselt „Bild“ jedoch erneut die Rolle: Sie betritt erneut das Spielfeld und wird sogar zu einem zentralen Akteur, streut sie doch an journalistische Medien Teile des Anrufs des Bundespräsidenten Wulff auf die Mailbox von Kai Diekmann – es ist wie eine Art Raubtierfütterung, hier ein Satz gegenüber der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“, dort fünf Sätze zur „Süddeutschen“. Dann verlässt „Bild“ das Spielfeld wieder und berichtet über viele Tage erneut nur, was die auf dem Spielfeld Verbliebenen und die am Spielfeldrand lagernden journalistischen Medien so tun und veröffentlichen. In diesen Tagen werden beispielsweise die Interviews mit dem Akteur Sigmar Gabriel geführt. Vermutlich ist Gabriel der festen Überzeugung, er spanne „Bild“ für seine Zwecke ein, indem er „Bild“ dazu bringt, seine Botschaften über Wulff zu transportieren. „Bild“ sieht es genau umgekehrt.

Wenn es einen gibt, der spielerisch mal diese und mal jene Rolle einnimmt, mal dieses und mal jenes Handwerk anwendet und einsetzt, dann muss er gar nicht so viel besser sein als alle anderen; er ist trotzdem strukturell und grundsätzlich ständig überlegen – weil alle anderen sich an die jeweiligen Regeln halten, in ihrer Rolle verhaftet bleiben und immer nur

ihr Handwerk, ob das des Journalisten oder das des Politikers, ausführen. Weil „Bild“ zu seinem Vorteil diese asymmetrische Gefechtslage geschaffen hat, deshalb ist „Bild“ allen in diesem Spiel überlegen, ob Wulff oder den journalistischen Medien. „Bild“ kann alle verwirren und durcheinanderbringen: Christian Wulff, der auf einmal feststellen musste, dass ein bisher treuer Geschäftspartner zum Journalisten geworden war und gegen ihn arbeitete, ohne vorher korrekt und vorab die Geschäftsbeziehung aufgekündigt zu haben. Die journalistischen Medien, die auf einmal zähneknirschend oder auch nicht feststellen mussten, dass die von „Bild“ ja nicht schlechten, sondern guten investigativen Journalismus machen.

Die journalistischen Medien, die deshalb „Bild“ (erneut) als eine der Ihren akzeptieren und angesichts dessen ihre analytischen Fähigkeiten zeitweise niederlegen und in dem hilflosen Mailboxanruf des Bundespräsidenten (mit anschließender Entschuldigung und Annahme der Entschuldigung durch den angerufenen Chefredakteur) einen Angriff auf die Unabhängigkeit eines Presseorgans und die Pressefreiheit im Ganzen ansehen und sich wie ein Schutzwall vor „Bild“ stellen. Die journalistischen Medien, für die Kai Diekmann auf einmal zum Lieferanten bester exklusiver Informationen über den Bundespräsidenten wird, worüber sie so dankbar sind, dass ihnen entgeht, wessen Geschäfte sie mit dieser Berichterstattung nun dienen und betreiben. Die Politiker, die auf einmal feststellen müssen, dass sie zwar in „Bild“ in der An-

gelegenheit Wulff ständig zu Wort kommen, dass aber dieses Medium zeitgleich zu seiner halbwegs sachlichen Berichterstattung ihren Politiker-Kollegen Christian Wulff via instrumentalisierte Mailbox-Berichterstattung von den journalistischen Medien bis zur Erschöpfung über das Spielfeld jagen lässt. *Ende des Zwischenspiels.*

Für „Bild“ kommt es nur darauf an, dass sich das Ereignis zu einem interessanten und spannenden Stück für ihr Publikum entwickelt. Und an diesem Punkt wird es etwas schwierig für die „Bild“-Medienarbeiter. Wie schafft man es, mitwirkender Akteur in einem möglichst spannenden Spiel zu sein, wenn einem selbst der Ausgang des Spiels eigentlich gar nicht wichtig ist? Zu einem spannenden Stück gehört, dass sich die Mitspieler engagieren. Eine gewisse Ernsthaftigkeit muss gegeben sein. Für alle anderen Beteiligten, für die die Wulff-Affäre eben kein Spiel, sondern bitterer Ernst ist, versteht sich dieses Engagement von selbst. Und „Bild“ muss eben so tun, als vertrete sie ein echtes Anliegen, als nähme sie das alles ernst. Deshalb entsteht der Eindruck, auch „Bild“ sei in der Sache selbst engagiert. Und weil das so ist, entsteht folgender Effekt: Die anderen Beteiligten beobachten „Bild“, sehen, auf wessen Seite sie eingreift und mitmisch – und beschweren sich über oder bedanken sich bei „Bild“. Weil sie die „Bild“-Einmischung ernst nehmen müssen, sorgen die anderen Beteiligten mit ihrer Reaktion dafür, dass diese Einmischung als ernst gemeint erscheint

– obwohl sie für „Bild“ nur ein Spiel mit ständig veränderbaren Regeln ist.

Spätestens mit dem Anruf des Bundespräsidenten auf der Mailbox von Chefredakteur Kai Diekmann ist das Spiel für „Bild“ angepöfpen. Eine schönere Einladung, mitzuspielen, hat „Bild“ in den 60 Jahren ihres Bestehens wohl nicht erhalten. Der Umgang der „Bild“-Redaktion mit dem Präsidenten-Anruf und dessen ver-

schriftlicher Fassung ist von vielen, auch von „Bild“ selbst öffentlich dargestellt und diskutiert worden. Unseres Erachtens besteht die am ehesten zutreffende Charakterisierung darin: „Bild“ hat damit gespielt. Einzelheiten zu rekonstruieren ist nicht unser Analyseziel.

Es beginnt ja schon als klassische ‚Mann-bißt-Hund‘-Geschichte. Hund beißt Mann wäre der Normalfall: dass jemand versucht, den Bun-

► Schaubild 4:

Die Schlagzeile für den Staatsanwalt, der Auslöser des Rücktritts: „Bild“-Printausgabe vom 8.2.2012



despräsidenten anzurufen, dieser jedoch keine Zeit, Wichtigeres zu tun hat. Hier ruft der Bundespräsident einen Chefredakteur an, der gerade keine Zeit hat, der sich – so zumindest der öffentlich erweckte Eindruck – auch nicht bemüht fühlt zurückzurufen. Später nimmt er gnädig den Entschuldigungsanruf des Bundespräsidenten entgegen und tut dabei so, als sei die Sache erledigt. In die „Bild“-Geschichtsschreibung geht der 12. Dezember 2011 so ein: „Der Bundespräsident droht mit einer Strafanzeige gegen den verantwortlichen Redakteur. Unbeeindruckt von dieser Drohung veröffentlicht BILD am nächsten Tag die erste Geschichte über die Kredit-Affäre des Bundespräsidenten“ (13. Januar 2012). Das ist die heroische Version, wie sie von vielen anderen Redaktionen übernommen wird. „Bild“ selbst operiert flexibler. Teil ihres Spiels ist ein – je nach Bedarf – heroischer oder ironischer Umgang. Das zeigt sich gerade in Situationen, in denen es für „Bild“ unausweichlich geworden ist, ihre aktive Rolle zu thematisieren und in „in eigener Sache“ das Wort zu ergreifen.

Bild, 6. Januar 2012

„BILD übermittelt Wulff Wortlaut
der Mailbox-Nachricht

In eigener Sache

Aufgrund zahlreicher Forderungen, den Wortlaut der Mailboxnachricht des Bundespräsidenten Christian Wulff zu veröffentlichen, bekräftigt die BILD-Chefredaktion ihre Entscheidung, eine Veröffentlichung nicht gegen den Willen des Bundespräsidenten vorzunehmen. Heute hat die Chefre-

daktion dem Bundespräsidenten eine Abschrift des Wortlauts seines Anrufes zur Verfügung gestellt, damit er sich bei Aussagen darüber nicht nur auf seine Erinnerung stützen muss.“

4.6 Jagdszenen nach dem Rücktritt

Nach dem Rücktritt Christian Wulffs als Bundespräsident macht „Bild“ voll auf Volkszorn, wechselt auf der Vorderbühne vom Wirbel- in den Jagd-Modus und tritt Wulff bei jeder sich bietenden Gelegenheit auf die Füße. Dabei legt „Bild“ ein schwarz-weißes Raster über das Ehepaar Wulff. Christian Wulff wird attackiert und verspottet, Bettina Wulff wird bejubelt. Von der journalistisch anmutenden Distanz der Wirbel-Phase ist nichts übrig geblieben. Im Zusammenhang mit Ehrensold und Zapfenstreich wird alles gegen Wulff verwendet, was sich anbietet; nur Kolumnist Franz Josef Wagner hat noch ein gutes Wort für ihn übrig:

Bild, 7. März 2012

„... Das Lied, das er sich wünschte, heißt ‚Over the Rainbow‘. Das Lied erzählt, dass es ein Paradies gibt, jenseits des Regenbogens ... Ich hoffe, lieber Christian Wulff, dass Sie hinter dem Regenbogen glücklich werden. Herzlichst, F. J. Wagner“

Die Kommentare der Redaktion hingegen haben von Vernunft auf Niedermachen umgeschaltet. „Un-Ehrensold“ und „Narrenstreich“ sind sie überschrieben:

Bild, 29. Februar 2012

„Un-Ehrensold?

Das Bundespräsidialamt hat entschieden: Ex-Bundespräsident Christian Wulff (CDU) erhält den Ehrensold von jährlich 199.000 Euro. Zahlbar bis ans Lebensende. Nach der statistischen Lebenserwartung summiert sich der Ehrensold auf rund 5,4 Millionen Euro – für eine Amtszeit von 20 Monaten. Nach dem Gesetz darf Wulff den Ehrensold nur erhalten, wenn sein

Rücktritt ‚aus politischen Gründen‘ erfolgte. Christian Wulff trat nicht zurück, weil er mit dem Kurs der Bundesregierung nicht einverstanden war. Er trat zurück, weil die Staatsanwaltschaft Hannover gegen ihn wegen Vorteilsannahme ermittelte. Das ist so wenig ‚politisch‘ wie bei Rot über die Ampel zu fahren. Den Ehrensold letztlich abgenickt hat der Chef des Präsidialamtes, Lothar Hageböling. Warum diese Entscheidung kaum 10 Tage nach dem Rücktritt er-

► Schaubild 5:

Der Tag des Rücktritts: „Bild“-Printausgabe vom 17.2.2012



folgen musste, bleibt unklar. Hätte man nicht den Ausgang des staatsanwaltlichen Ermittlungsverfahrens abwarten können? Vor seiner Berufung auf diesen Posten war Hageböling Chef der niedersächsischen Staatskanzlei – unter Ministerpräsident Wulff. So entsteht der Eindruck: Die Kleinen hängt man, aber die Politik lässt keinen fallen. Viel mehr Schaden für die politische Kultur als mit dieser Entscheidung kann man kaum anrichten.“

Bild, 7. März 2012

„Narrenstreich

Die Fackeln leuchten. Die Fanfare klingt. „Großer Zapfenstreich. Stillgestanden!“ Wulff tritt ab. Und nimmt auch dieser Feier ihre Würde! Es ist ein Abschied mit Gezänk. Das ist kein Zapfenstreich. Das ist ein Narrenstreich! Die Politik steht auf der Narrenbühne. Da sagen Leute ab, die gar nicht eingeladen waren. Oberpeinliche Gestalten. Wulffs Amtsvorgänger haben andere Termine. Sie wollen nicht Kulisse für diesen Abgang sein. Wulff hat die Musik bestellt. In Judy Garlands ‚Over the Rainbow‘, schmelzen die Probleme wie Zitronenbonbons‘. Hoppla, diese Präsidentschaft war doch kein Zitronenpudding. Und auch die Europahymne, die ‚Ode an die Freude‘, klingt an diesem Abend falsch. Wenn das Freudenlied erklingt, sind die meisten froh, dass der Spuk ein Ende hat. Der Große Zapfenstreich hat eine ehrenvolle Tradition. Diesmal hat die Ehre Pause. Das haben die Soldaten nicht verdient.“

Die Berichterstattung nutzt jede Gelegenheit für Negativ-Informationen:

Bild, 19. Februar 2012

„Alt-Bundespräsident Scheel gegen Ehrensold für Wulff

Auch 78 Prozent der Deutschen lehnen die 199.000-Euro-Jahrespension für zurückgetretenes Staatsoberhaupt ab.“

Bild, 20. Februar 2012

„Karnevals-Umzüge

So spotten die Narren über Ex-Präsident Wulff

Die Farbe ist gerade noch rechtzeitig trocken geworden, bereit für Spott und Hohn ... Auf dem Wagen im närrischen Lindwurm in Köln steht jetzt der deutsche Michel vor dem Kaufhaus ‚Vorteilsnahme‘ und zieht einen auf Kleinkind-Format geschrumpften Wulff aus einem viel zu großen Präsidentenanzug. Aus seinen Taschen fielen die Bestechungsgelder.“

Bild, 21. Februar 2012

„Das gab es noch nie: ein deutscher Bundespräsident als Lachnummer im Karneval! In Köln und Düsseldorf wurden nach dem Rücktritt von Christian Wulff (52) noch blitzschnell die Wagen umgebaut.“

Bild, 5. März 2012

„Wirbel um den Großen Zapfenstreich für Ex-Bundespräsident Christian Wulff (52) am Donnerstag in Berlin! Die Bundesregierung verteidigt das feierliche militärische Zere-

monieell zur Verabschiedung des zurückgetretenen Staatsoberhauptes. Aber unter Ex-Generälen der Bundeswehr gibt es deutliche Kritik und auch Unverständnis. Und hochkarätige geladene Gäste haben nach einem Bericht der ‚Welt‘ sogar abgesagt: Alle vier noch lebenden Altbundespräsidenten werden an der Zeremonie NICHT teilnehmen, schreibt die Zeitung unter Berufung auf die jeweiligen Büros der früheren Staatsoberhäupter ...“

Bild, 5. März 2012

„Ehrensold, Büro, Sekretärin, Fahrer ... Hat Ex-Präsident Wulff die Privilegien verdient?

Ehrensold: 199.000 Euro; Büro und Sekretärin: 280.000 Euro – pro Jahr ... Die Debatte um Ex-Bundespräsident Christian Wulff (52) ebbt nicht ab – im Gegenteil ... Mehr als 90 Prozent der BILD.de-Leser sagen: Die Privilegien hat Wulff nicht verdient. Auch im Netz laufen die Diskussionen heiß: Real Fachmann schreibt bei BILD.de: ‚Damit verpasst er die letzte Chance, noch halbwegs ‚ehrenhaft‘ aus der Geschichte herauszukommen.‘ Angelika Förster schreibt: ‚Wenn er einen Funken Anstand hat, verzichtet er auf beides.‘ Peter Golombek schreibt: ‚Herrn Wulff den Ehrensold zu genehmigen, ist ein Schlag ins Gesicht der wirklich ehrenhaften Menschen.‘ Auch in der Politik rührt sich der Unmut. Altbundeskanzler Helmut Schmidt (93, SPD) sagte im BILD-Interview, Wulff habe dem Amt des Staatsoberhauptes ‚schweren Schaden‘ zugefügt:

‚Er hat gleich die gesamte politische Klasse mit beschädigt.‘ Auf die Frage, ob der Ex-Bundespräsident Opfer der Medien geworden sei, antwortete Schmidt: ‚Nee, er ist ein Opfer seiner selbst.‘“

Bild, 6. März 2012

„Neuer Ärger um Zapfenstreich
Wulff wünscht sich ein Lied mehr als alle anderen vor ihm“.

Bild, 7. März 2012

„Wirbel um Ex-Bundespräsidenten
Ab morgen kostet uns Wulff über 1 Million Euro“.

Bild, 7. März 2012

„Großer Zapfenstreich
Wulffs geheime Gästeliste
Exklusiv! Wer absagt, wer kommt
Christian Wulffs Abschied von der großen Politik fällt viel kleiner aus als geplant: 369 Gäste stehen auf der Einladungsliste für den Großen Zapfenstreich im Garten von Schloss Bellevue. Aber bis gestern Abend gab es bereits über 160 Absagen für die Veranstaltung. BILD.de berichtet heute Abend live vom Zapfenstreich. Peinlich für Wulff: Bundesverfassungsgerichtspräsident Andreas Voßkuhle sagte ebenso ab wie sämtliche Bundestagsvizepräsidenten ...“

Bild, 7. März 2012

„Wulff soll auf Zapfenstreich verzichten
Gabriel: Zapfenstreich für Wulff ‚große Peinlichkeit‘.“

Bild, 8. März 2012
„Vor dem Großen Zapfenstreich
Bundeswehr-Musiker sauer auf
Ex-Bundespräsident
,Wir spielen nicht für Christian Wulff
persönlich‘
Das Stabsmusikkorps im Garten von
Schloss Bellevue
(Archivfoto, Sommer 2010)
Verärgerung im Stabsmusikkorps der Bun-
deswehr, das heute Abend den Großen Zap-
fenstreich für Christian Wulff (52) am
Schloss Bellevue spielt. Das Orchester ist
nach BILD.de-Informationen sauer auf den
Ex-Bundespräsidenten, weil er sich nicht
für ein Lied entscheiden konnte. ‚Da kamen
ständig neue Ideen‘, sagt einer der Organi-
satoren des Zapfenstreichs ... ‚Wir tun halt
unsere Pflicht ...‘, fasst einer der Musiker
es zusammen: ‚Wir spielen nicht für Christi-
an Wulff persönlich‘, heißt es im Orchester.
,Wir spielen für das Amt des Bundespräsi-
denten ...“

Beschimpfung für Christian Wulff, Bewunde-
rung für Bettina Wulff:

Bild, 9. März 2012
„Was für eine Frau!
Bettina Wulff, DICH werden wir vermissen
Beim Zapfenstreich gestern Abend über-
strahlte Bettina Wulff (38) sie alle. Bei
BILD.de – die Redaktion war anlässlich des
Weltfrauentags ausschließlich mit Män-
nern besetzt – wurde das zunächst gar nicht
wahrgenommen. Aber das holen die Damen
der Redaktion heute nach! Seit knapp sechs
Jahren ist sie die Frau an Christian Wulffs
Seite: Bettina Wulff, die blonde Powerfrau
mit den Model-Maßen. Die Frau, die Glanz
in den verstaubten Amtssitz des Bundesprä-
sidenten, ins Schloss Bellevue brachte. Die
Frau, die auf Auslandsreisen bewundernde
Blicke auf sich zog. Was für eine Frau! ...“

„Die blonde Powerfrau mit den Model-Maßen“
treffen wir in der folgenden „Bild“-Schau über
den guten Wulff als Ministerpräsidenten
wieder.

5. Der gute Wulff als Ministerpräsident – eine „Bild“-Schau

In dem hier untersuchten Zeitraum von viereinhalb Jahren publizieren „Bild“, „BamS“ und „bild.de“ – von sehr wenigen, inhaltlich unbedeutenden Ausnahmen abgesehen – ausschließlich positive Informationen und Wertungen über den Menschen, Familienvater, Ministerpräsidenten, Repräsentanten des Eigentümers Land Niedersachsen im VW-Aufsichtsrat und CDU-Politiker Christian Wulff. Dies gilt für „Bild“-eigene Informationen und Wertungen wie auch für Wertungen von Dritten, die von „Bild“ zitiert werden. Kein böses Wort fällt. Kritik an Wulff wird nicht erwähnt oder von „Bild“ aufgefangen. Lob für einen Menschen ohne Fehl und Tadel wird über viele, viele Seiten ausgestreut.

Mit teilweise beträchtlichen Investitionen in Umfang und Intensität der Berichterstattung – siehe unter anderem den Themenbereich Scheidung/neue Ehe – wird von „Bild“ mit hoher Systematik und oft mittels schwärmerischer Superlative an der Inszenierung einer rundum vorbildlichen und erfolgreichen Politiker-Person gearbeitet. Das Massenmedium ist in diesen viereinhalb Jahren eine verlässliche Plattform für Wulff, um sich häufig prominent positiv zu einem breiten Spektrum an Themen darzustellen – ob als angesehener Politiker („Fürs politische Personal hat Christian Wulff ein Händchen“), als Stratege in Sachen Fusion VW/Porsche („So trickste Wulff Porsche aus“) oder als potenzieller Kanzlerkandidat.

„Bild“ berichtet in diesem Zeitraum ebenfalls intensiv über all die Kontakte und Ereignisse, die im Nachhinein als mehr oder weniger verwerflich erscheinen. Als Stichworte seien

hier genannt: der väterliche Freund Egon Geerkens, die Kontakte zu Carsten Maschmeyer und David Groenewold, die Nord-Süd-Gipfel mit dem Organisator Manfred Schmidt (siehe unten Abschnitt 5.3.2). Da all diese Berichte meist mit vielen Details gespickt werden, ist davon auszugehen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von „Bild“ direkten Zugang zu Ereignissen und Personen hatten. Hätte „Bild“ mit einem journalistischen Anspruch gearbeitet, hätten ihre Mitarbeiter bereits zu früheren Zeitpunkten auf die eine oder andere im Nachhinein aufgedeckte Unregelmäßigkeit kommen können; vielleicht taten sie dies ja auch und lagerten das Wissen in einer Schublade zwischen. Bei dieser Feststellung handelt es sich selbstverständlich lediglich um eine Vermutung, freilich um eine naheliegende.

Aufgrund von zahlreichen, teilweise sehr persönlichen, aber auch inhaltlich bedeutsamen Informationen – beispielsweise über den Konflikt zwischen VW und Porsche –, die „Bild“ früher als andere mediale Akteure publizieren konnte, ist begründet davon auszugehen, dass zwischen „Bild“ und Christian Wulff offenkundig über mehrere Jahre hinweg eine enge Geschäftsbeziehung zur Produktion von Aufmerksamkeit für die jeweils eigenen Interessen und Belange bestand: Wulff lieferte exklusive Inhalte – in eigener Sache, in den Themenbereichen Union, Bundesregierung, VW ... –, „Bild“ publizierte sie zusammen mit dem Bild eines rundum gelungenen Christian Wulff. Diese Zusammenarbeit wird offenkundig fortgesetzt, als Wulff ins Bundespräsidialamt wechselt; teilweise wird sogar öffentlich in anderen Medien

kritisch über die Bevorzugung von „Bild“ berichtet, beispielsweise während der Israel-Reise des Bundespräsidenten im Dezember 2010.

Im Folgenden wird anhand ausgewählter und ausführlich im Zusammenhang dokumentierter Beispiele ein Einblick in die „Bild“-Veröffentlichungen und deren Konstruktions- und Machart gegeben. Es zeigt sich, dass „Bild“ auch in dieser Phase handwerklich so vorgeht, wie wir es – siehe oben vor allem die Erläuterungen in Kapitel 4.1 – aus der Berichterstattung über den Bundespräsidenten Wulff bis zum Dezember 2011 kennen. Bei den Veröffentlichungen ist kein journalistischer Grundcharakter zu erkennen, sondern der einer werblich angelegten Kampagnenführung zum Aufbau und zur Stabilisierung einer ‚politischen Marke‘ Christian Wulff, die zugleich so ‚sensational‘ aufbereitet wird, dass die Eigeninteressen von „Bild“ an Steigerung von Aufmerksamkeit und Reputation befriedigt werden. Entsprechend ist auch die Beziehung zum ‚Berichtsgegenstand‘ Wulff erkennbar keine kritisch-distanzierte journalistische, sondern eine gegenseitig geschäftlich geprägte. Und „Bild“ macht sich auch in dieser Phase die Ereignisse und Personen, über die sie publiziert, als mit- und einmischender Akteur buchstäblich zu eigen, nimmt durchgehend eine (Jubel-)Position ein, die sie offensiv vertritt und nach der sie ihre Veröffentlichungen systematisch ausrichtet.

5.1 Das Amt

5.1.1 Der Integrationspolitiker

Am 29. April 2010 wird über das neue niedersächsische Kabinett und die Regierungserklärung von Ministerpräsident Wulff berichtet. Neben einem Sparprogramm geht es nach „Bild“ vor allem um dieses Thema:

„Die CDU will mit aller Macht das Thema ‚Migration‘ besetzen. Mit Aygül Özkan (38) machte Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) erstmals in Deutschland eine Frau mit Migrationshintergrund zur Ministerin. Jetzt legt der MP nach, kündigte in einer Regierungserklärung im Landtag den neuen Kurs an: ‚Wir werden mehr Migranten in den Öffentlichen Dienst integrieren.‘ In Niedersachsen sollen künftig verstärkt Menschen aus Zuwandererfamilien als Lehrer, Richter und Polizisten eingestellt werden. Wulff: ‚Mit der Berufung von Frau Özkan machen wir deutlich: In Niedersachsen wird Integration gelebt! Wir werden Integration aber auch einfordern. Zwangsehen, Ehrenmorde und Parallelgesellschaften haben bei uns keinen Platz.‘“

Es wird ausführlich über die kritischen Stellungnahmen der parlamentarischen Opposition zur Nominierung von Özkan berichtet. Diskussionen gab es vor allem zu ihrer Vereidigung mit Gottesschwur („So wahr mir Gott helfe“) und um Interviewäußerungen, sie wolle Kruzifixe in Schulen abhängen lassen, wovon sich Ministerpräsident Wulff distanzierte.

Schon am 27. April hatte „Bild“ geradezu euphorisch über diese Vereidigung berichtet:

„Sie hat ES gesagt! Ein mutiger Schritt, mit dem Niedersachsens neue Sozial- und Integrationsministerin ihren Amtseid geschworen hat: Aygül Özkan (38, CDU), Deutschlands erste muslimische Ministerin, sprach bei ihrer Vereidigung im Landtag in Hannover die Beteuerungsformel ‚So wahr mir Gott helfe‘ ... DAMIT SETZT DEUTSCHLANDS ERSTE TÜRKISCHSTÄMMIGE MINISTERIN EIN WICHTIGES ZEICHEN!“

Dann geht „Bild“ im weiteren Verlauf des Textes so auf die Kreuzifix-Debatte ein:

„Morddrohungen hat sie erhalten, die Computer in der CDU-Fraktion quellen über von E-Mails mit wüsten Beschimpfungen. Hintergrund: Özkan hatte für die Abschaffung ‚christlicher Symbole‘ wie Kreuzifixen in Klassenzimmern plädiert. Im selben Atemzug hatte sie sich auch gegen Kopftücher als religiöses Zeichen bei Lehrerinnen gewandt. Doch das ging unter im Proteststurm, der vor allem aus der ‚katholischen Ecke Niedersachsens‘ kam, heißt es in ihrem Umfeld. Jetzt hat Aygül Özkan deutlich gemacht: Ich nehme mein neues Amt ernst, ich stehe für Integration und für ein freies Miteinander der Religionen – so wahr mir Gott helfe!“

Mit anderen Worten:

„Bild“ berichtet differenziert und positiv über die Nominierung. Und in einem weiteren Text des Kolumnisten Hugo Müller-Vogg heißt es wohlwollend für die neue Ministerin und vor allem für Wulff:

„Christian Wulff hat sich zwar die Haare gerauft, dass Özkan schon vor Amtsantritt Interviews am laufenden Band gab. Gleichwohl

bleibt er von seiner Entscheidung überzeugt. Frau Özkan werde auf dem Gebiet der Integration Akzente setzen – so wie die CDU mit Ursula von der Leyen der SPD das Thema Familie weggenommen habe. Was Wulff nicht sagt: Auch ‚Mutter Ursula‘ war seine Entdeckung.“

„Bild“ hätte aus dieser umstrittenen Nominierung mit leichter Hand einen ‚Kruzifix-Skandal‘ konstruieren können. Ebenso aus der Kabinettsumbildung selbst: Denn es wurden insgesamt vier Minister entlassen – die der amtierende Ministerpräsident Wulff zwei Jahre zuvor schließlich berufen hatte. Er wurde jedoch nicht gerügt, sondern gelobt:

„Der Zeitpunkt für Wulffs Personal-Roulette ist geschickt gewählt. Im August ist ‚Halbzeit‘ für das Kabinett – verbunden mit kritischen Analysen der Opposition.“

5.1.2 Defizit Kita-Plätze

Auch offenkundige Defizite der Arbeit der niedersächsischen Landesregierung werden in „Bild“ zwar erwähnt, jedoch werden sie nicht dem Ministerpräsidenten, sondern allein der zuständigen Fachministerin zur Last gelegt. Wulff ist dann sogar der Antreiber, der sich kümmert, dass alles vorangeht; obwohl er bereits jahrelang Ministerpräsident ist, also wenigstens mitverantwortlich.

Eine solche Aktion geht in „Bild“ wie folgt.

Am 6. Oktober 2009 – zu diesem Zeitpunkt ist Wulff seit sechs Jahren Ministerpräsident von Niedersachsen – gibt es einen Text mit der Headline: „Wulff macht Krippenplätze zur Chefsache – Niedersachsen ist Schlusslicht“.

Bild, 6. Oktober 2009

„Engpass beim Krippenausbau! Niedersachsen ist bundesweit Schlusslicht. Viele Städte fordern jetzt mehr finanzielle Hilfe vom Land. Auch Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) sieht noch großen Nachholbedarf bei der Kleinkinder-Betreuung: ‚Wir sind da noch nicht so weit wie andere.‘ Wulff machte klar, dass er den Ausbau der Krippenplätze für eine Kernaufgabe seiner Landesregierung hält: ‚Wenn das jetzt aufgelegte Programm ausgeschöpft ist und die Gelder nicht reichen, muss man darüber reden, ob man ein weiteres neues Programm auflegt. Es muss erreichbar und bezahlbar für jedes Kind eine Betreuungsmöglichkeit geben, dessen Mutter oder Vater das Kind betreut haben will.‘ Wulff spricht aus Erfahrung: ‚Seit seinem ersten Geburtstag Mitte Mai ist mein Sohn Linus selbst in einer Krippe, hat da schon viel zusammen mit seinen Spielkameraden gelernt.‘ Wulffs Gattin Bettina arbeitet seit Mai halbtags in der Pressestelle der Drogerie-Kette Rossmann in Burgwedel, nah am neuen Wohnort der Familie Wulffs. Wulff macht das Thema Krippenplätze jetzt zur Chef-Sache, fuhr seiner zuständigen Kultusministerin Elisabeth Heister-Neumann gestern öffentlich auf einer gemeinsamen Pressekonferenz in die Parade. Die Ministerin sagte stolz, das Land liege bundesweit auf Platz 3 – beim Wachstum der Zahl der Krippenplätze. Wulff dagegen sprach davon, dass bei dem Thema noch viel zu tun sei. In Niedersachsen sollen bis 2013 rund 43.000 neue Krip-

penplätze entstehen, um dann 35 Prozent der unter Dreijährigen eine Betreuung anbieten zu können. Derzeit sind es nur 9,2 Prozent. Kosten des Projekts: rund 1,3 Milliarden Euro.“ (Auszug)

5.1.3 Sponsoring und Rauchergesetz

Mehrfach gibt es Texte über das geplante Nicht-rauchergesetz in Niedersachsen. In diesen heißt es unter anderem:

„Nach BamS-Informationen aus der CDU-Landtagsfraktion soll es sogar eine Raucherpolizei geben, die Kontrollen in Gaststätten durchführt und Bußgelder kassiert ... Die Landesregierung von Ministerpräsident Christian Wulff (CDU) hatte zunächst ein lasches Rauchergesetz geplant – und war massiv in die Kritik geraten. Vor allem deswegen, weil Wulff mehrere Veranstaltungen der Landesregierung von der Tabakindustrie sponsern ließ. Niedersachsens Oppositionsführer Wolfgang Jüttner (SPD) sprach von ‚Käuflichkeit‘.“

Zum Jahresende, am 29. Dezember 2007, gab es dann unter der Rubrik „Was wurde aus ...?“ eine dezent kritische Erinnerung an die Positionen von Wulff rund um das Rauchverbot.

Bild, 29. Dezember 2007

„Heftig in die Kritik gerät Christian Wulff (CDU) mit seinem laschen Gesetzentwurf zum Rauchverbot. Der niedersächsische Ministerpräsident will den Wirten erlau-

ben, ihre Betriebe zum Raucherlokal zu erklären. Dann kommt heraus, dass die Tabakindustrie Partys von Wulffs Regierung in Berlin und Brüssel gesponsert hat. In BILD am SONNTAG vom 1. April erhebt die Opposition den Vorwurf der Käuflichkeit. Diesen Vorwurf bestreitet Wulff, lenkt aber rasch ein: Zum 1. August tritt in Niedersachsen ein scharfes Rauchverbot in Kraft, nur in abgeschlossenen Nebenräumen darf noch gequalmt werden.“ (Auszug)

Zwei Aspekte fallen auf: Zum einen hätte „Bild“ ohne die Vorgabe, der Ministerpräsident sei ein prinzipiell guter, aus diesem ‚Material‘ mit leichter Hand eine kleine Kampagne über Wulff und seine ‚Käuflichkeit‘ machen können. Zum anderen hätte eine journalistisch engagierte Redaktion, die an kritischer Information und Aufklärung interessiert ist, hier eine passende Gelegenheit gehabt, gute Arbeit zu machen.

5.1.4 Der Kanzlerkandidat

Am 18. November 2006 publiziert „BamS“ unter der Headline „Wir müssen ehrliche Politik machen“ ein langes Interview mit Wulff; kurz vor dem CDU-Parteitag in Dresden. Wulff in einer seiner ausführlichen Antworten:

Bild am Sonntag, 18. November 2006

„Was ist notwendig und gut für unser Land? Und nicht die Frage: Mit welcher Politik kann ich eine Mehrheit halten oder gewinnen? Denn Opportunismus und Populismus wird vom Wähler immer bestraft. Ich habe

in Niedersachsen große Unterstützung der Bürger für eine klare Reformpolitik. Die Leute wollen Führung. Sie wollen keine Politiker, die wackeln und bei Windstößen wanken. Deshalb ist eine Linksverschiebung der Union mit mir nicht zu machen. Kurs halten heißt das Gebot der Stunde.“

Frage der Redaktion: „Die Deutschen halten Christian Wulff laut Umfragen für den bestmöglichen Nachfolger von Angela Merkel. Sehen Sie das auch so?“

Antwort Wulff: „Ich zweifele die Umfragen an, weil sich die Bürger diese Frage gar nicht stellen. Ich habe mich meiner Sache in Hannover verschrieben. Ich möchte das Vertrauen der Niedersachsen in mich rechtfertigen und möglichst lange als Ministerpräsident arbeiten.“

Nach seinem Wahlsieg Ende Januar 2008 heißt es in einem Text unter der Überschrift „Der Wulff im Schafspelz!“ unter anderem:

„Seine blauen Augen blitzen hinter der randlosen Brille wie Pulverschnee in der Sonne. Der seriöse dunkle Anzug (Größe 52 von der Stange) ist der Schafspelz, in dem ein Wulff steckt! Dazu ein sanftes Lächeln. Es kommt an. Doch das gefällige Image täuscht: Christian Wulff (48) ist ein ausgekochter Machtpolitiker – auf seine Weise vielleicht sogar viel härter und ausgekochter als der Wahlverlierer Roland Koch. Mit seinem Wahlsieg gestern wird Christian Wulff unbestritten die Nummer 2 in der Union: der Kronprinz von Angela Merkel! Die

‚Frankfurter Rundschau‘ schrieb über ihn kürzlich: Wäre Christian Wulff kein Politiker, sondern ein Produkt – er wäre eine Handcreme: geschmeidig, nicht zu greifen, einfach zum Wohlfühlen. Der Stoff, aus dem (künftige) Kanzler sind? Vergessen Sie jedenfalls alles, was Sie bisher über den Mann ‚aus dem Land des Lächelns‘ (‚Süddeutsche Zeitung‘) gelesen haben: von wegen Schwiegersohn-Typ! Christian Wulff ist weder harmlos noch sanft – und schon gar nicht das ‚personifizierte o:o‘, wie ihn SPD-Chef Kurt Beck im Wahlkampf maßlos unterschätzte. Christian Wulff ist ein Sieger-Typ! Zweimal hatte er in den 90er-Jahren gegen Gerhard Schröder verloren – jetzt hat er zweimal hintereinander die Wahlen in Niedersachsen gewonnen. Treffer, die im CDU-Machtkampf doppelt zählen! Gewiss, Christian Wulff ist kein Haudrauf-Typ wie der Hesse Roland Koch. Er ist eher ein Polit-Buddhist (Ruhepuls 56): ‚Manchmal wünschte ich mir auch in Berlin etwas mehr Gelassenheit.‘ Einer, der sich geschickt in die Herzen der Wähler lächelt: Wenn beim Kaffeekränzchen alle über die Politiker herziehen, dann sagt vielleicht eine Dame: ‚Moment mal, da habe ich doch einen gesehen, der ist ganz anders‘ ... So anders, dass er auch Affären weglächelt – wie die Trennung von seiner Frau Christiane nach 19 Jahren Ehe. Der untaugliche Versuch der SPD, im Wahlkampf seine Liebe zu der schwangeren PR-Lady Bettina Körner (34) zu skandalisieren, perlte an ihm ab wie an einer Regenhaut. Trotz 90-Stunden-Woche

findet er die Zeit zum Joggen, Tennisspielen, Squash. Sein Motto: ‚Andere leben vielleicht intensiver, ich lebe länger.‘ 2013, bei der übernächsten Bundestagswahl, wäre Christian Wulff so alt wie Gerhard Schröder, als der Kanzler wurde. Über den Niedersachsen Schröder sagte der Niedersachsen Christian Wulff einmal: ‚Die härteste Nuss, die die Sozialdemokraten zu vergeben haben.‘ Vielleicht muss Kurt Beck sein Urteil über das ‚personifizierte o:o‘ jetzt ändern: ‚Die härteste Nuss, die die Christdemokraten zu vergeben haben!‘“

5.1.5 Politik mit Grönemeyer

Am 24. Juni 2007 publiziert ‚Bild am Sonntag‘ ein langes Interview unter der Headline: ‚Sensations-Angebot – Grönemeyer soll Politiker werden‘.

Bild am Sonntag, 24. Juni 2007

„BILD am SONNTAG: Herr Wulff, Sie haben Herbert Grönemeyer scharf angegriffen. Können Sie seine Musik nicht leiden?

CHRISTIAN WULFF: Kurz vor dem G-8-Gipfel habe ich Herbert Grönemeyer bei seinem Konzert hier in Hannover zugejubelt – auch wegen seiner Texte gegen Armut, Aids und Korruption. Ich halte ihn für einen großartigen Musiker und eine sehr glaubwürdige Persönlichkeit. Aber ich bin geschockt und empört, wie er während Heiligendamm seine Vorbildfunktion zum Schaden der Demokratie eingesetzt hat. Wer demokratisch gewählte Politiker pauschal beschimpft,

spielt letztlich Diktatoren in die Hände. Denn er weckt die Sehnsucht nach dem einen Starken, der die Wahrheit sagt und die Dinge richtet“ ... „Herbert Grönemeyer muss seinen pauschalen Vorwurf zurücknehmen. Politikerverachtung ist eine Gefahr für unser Land. Mich interessiert, ob er denn bereit wäre, selbst Verantwortung in der Politik zu übernehmen. Grönemeyer kann gerne in die CDU eintreten. Ich setze mich dann dafür ein, dass er gute Chancen auf einen Sitz im Bundestag bekommt.“ (Auszüge aus dem Text)

5.1.6 Der Politiker-Macher

„Bild“ sagt am 13. Juni 2008: „Fürs politische Personal hat Christian Wulff ein Händchen“.

Bild, 13. Juni 2008

„Christian Wulff (49) ist jüngster Ministerpräsident Deutschlands. Doch heute gibt er auf dem Parteitag in Celle nach 14 Jahren den Vorsitz der niedersächsischen CDU ab – aus freien Stücken. So etwas hat es noch nie gegeben. Für Wulff ist es die selbstverständlichste Sache der Welt, Jüngere zu fördern – so wie er selber von CDU-Landespolitikern wie Werner und Walter Remmers oder Josef Stock unterstützt wurde, nicht zuletzt auch von Helmut Kohl. Wulffs Parteinachfolger wird der Vorsitzende der CDU-Landtagsfraktion, David McAllister (37). Er ist nicht die erste Wulff-Entdeckung. Die heutige Familienministerin Ursula von der Leyen war von ihm an die Spitze seines Be-

raterkreises geholt worden, 2003 dann in sein erstes Kabinett. Wulff hatte auch die heutige Wissenschaftsministerin Annette Schavan entdeckt und 1994 in sein Schatten-Kabinett berufen. Zwei weitere Beispiele für gelungene Personalpolitik: Martina Krogmann, parlamentarische Geschäftsführerin im Bundestag, hat Wulff selbst in die Politik geholt. CDU-Bundesschatzmeister Eckart von Klaeden begann seine Karriere als Sprecher von Wulff. Die weitreichendste personalpolitische Idee hatte Wulff Anfang der neunziger Jahre. Da empfahl er dem Polit-Neuling Angela Merkel eine gewisse Beate Baumann aus Osnabrück. Heute leitet diese Wulff-Freundin aus Junge-Union-Zeiten das Büro der Kanzlerin, gilt in Berlin als zweitmächtigste Frau. Auch da hatte der Personal-Manager Wulff ‚ein gutes Händchen‘.“

5.1.7 Der erfolgreiche VW-Aufsichtsrat

Mitte 2009 ist Wulff über einen längeren Zeitraum ständig präsent als einer der entscheidenden Akteure beim Zusammenschluss von Porsche und Volkswagen.

Zitate aus verschiedenen Texten:

„Zum Feindbild Nummer eins in Stuttgart ist Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) geworden.“

„Wulff hat in den vergangenen Tagen den Druck auf Porsche, endlich zu einer Entscheidung zu kommen, zunehmend erhöht. Porsche-Betriebsratschef Uwe Hück, früher Europameister im Thai-Boxen, ging am Mittwoch zur Attacke über: Wulff habe bei diversen deutschen Banken darauf gedrängt, keine Kredite an Porsche zu vergeben.“

„Und Porsche-Chef Wiedeking kämpft mit allen Mitteln gegen eine Porsche/VW-Fusion. Doch gegen Wiedeking hat sich eine mächtige Allianz zwischen Wulff und VW-Aufsichtsratschef und Porsche-Miteigentümer Piëch gebildet. Sie treiben die Schaffung eines großen integrierten Autokonzerns voran.“

„So trickste Wulff Porsche aus – VW vor Übernahme des Sportwagen-Konzerns“.

„Jetzt scheint festzustehen: VW schluckt die hoch verschuldete Sportwagen-Schmiede, Niedersachsen bleibt VW-Konzern-Sitz. Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) spielte eine Schlüsselrolle in dem Drama: Offenbar gelang es ihm, Porsche-Manager Wendelin Wiedeking (56) auszuspielen. So raffiniert trickste Wulff die Stuttgarter aus: Wulff verbündete sich mit VW-Aufsichtsrats-Chef und Porsche-Mitbesitzer Ferdinand Piëch und mit VW-Betriebsrats-Boss Bernd Osterloh. Mit Kanzlerin Merkel (CDU) sicherte Wulff das VW-Gesetz – und den Einfluss von VW-Aktionär Niedersach-

sen. Damit blieb Porsche der volle Zugriff auf VW versperrt! Letzter Streich: Im Geheimen verhandelte Wulff mit dem Emirat Katar. Ergebnis: Der Staatsfonds soll bei VW einsteigen, damit die Wolfsburger Porsche kaufen, von den Schulden erlösen können.“

„Man hat mich unterschätzt“ – Porsche-Gewinner Christian Wulff“.

„Im Hintergrund zog Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) die Fäden. Als Sieger mag er sich nicht sehen – und ist doch einer der großen Gewinner der Übernahme-Schlacht.“

„Ministerpräsident Christian Wulff (CDU) möchte jetzt gemeinsam ‚nach vorne schauen‘ und sich zusammen auf den Weg machen, ‚die Nummer 1 in der Welt zu werden‘.“

5.1.8 Das Porträt zum Wechsel

Am 29. Juni 2010 stimmt das Blatt mit einem Porträt unter der Überschrift „Christian Wulff wäre der jüngste Bundespräsident“ sein Publikum auf den Amtswechsel ein. Das Porträt zeichnet das Bild eines rundum erfolgreichen Politikers und persönlich untadeligen, ja vorbildlichen Menschen. So ist das Porträt zugleich das Kondensat der von uns untersuchten Berichterstattung seit dem Jahr 2006. Wer in diesem Zeitraum Christian Wulff nur über die Texte in „Bild“, „BamS“ und „bild.de“ zur Kenntnis nimmt, für den ist Wulff ein erfolgrei-

cher Ministerpräsident, für den Fehlentscheidungen ein Fremdwort sind, ein weitsichtiger, mutiger, angesehener und mächtiger CDU-Politiker, ein liebevoller, umsichtiger, aufmerksamer, fairer und untadeliger Mann, Ehemann und Vater, ein Mensch, der sich trotz einer schweren Kindheit nach ganz oben gearbeitet hat. Damit ist dieses Porträt das Krönchen über dem viereinhalb Jahre lang unaufhörlich erzählten Märchen vom guten Wulff, ja vom besten Wulff aller Zeiten.

Bild, 29. Juni 2010

„Herkunft: Christian Wilhelm Walter Wulff wird am 19. Juni 1959 in Osnabrück geboren. Vater Rudolf (Sozialdemokrat, Jurist) und Mutter Dagmar (Säuglingsschwester) trennen sich, als Christian zwei Jahre alt ist. Auch auf der zweiten Ehe der Mutter liegt kein Glück, der Stiefvater lässt die Familie sitzen. Christian ist 16, als die Mutter an Multipler Sklerose erkrankt. Er pflegt sie zu Hause, hält liebevoll Kontakt später im Heim – bis zu ihrem Tod 1996. Obwohl selber noch Schüler, zieht Christian die sieben Jahre jüngere Schwester Natascha auf: ‚Ich hatte wenig Zeit für Feten.‘ Bildung: Christian Wulff besucht das Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium in Osnabrück. Günter Auding, sein Lehrer, erinnert sich: ‚Christian hatte die kranke Mutter zu Hause, die anderen haben ihn mitgezogen.‘ Das Abi schafft er mit der Note 1,9. Wulff studiert Jura, wird 1990 Anwalt einer angesehenen Kanzlei in Osnabrück (Schwerpunkt: Wirtschaftsrecht). Karriere: Christian Wulff (wollte als

Kind Busfahrer werden) motzt als Schüler-sprecher gegen das erstarrte Bildungssystem: ‚Jahrelang werden Schüler erzogen, an Lehrsätze zu glauben: Wer oben steht und doziert, hat recht ...‘ Mit 19 Jahren sitzt er als Bundesvorsitzender der Schülerunion im CDU-Vorstand, imponiert Parteichef Helmut Kohl. Wulff wird Landesvorsitzender der Jungen Union, gehört seit 1981 dem geheimnisumwitterten CDU-‚Andenpakt‘ an. Zweimal verliert er als Spitzenkandidat die Niedersachsen-Wahl gegen Gerhard Schröder (SPD). 2003 setzt er sich gegen Sigmar Gabriel (SPD) durch (Wiederwahl 2008). Erfahrung: Christian Wulff sucht früh in der Politik, was er zu Hause nie fand: HALT! Im Machtkampf um VW verteidigt er die gesetzlich verankerte Sperrminorität des Landes Niedersachsen gegen politischen Druck aus Berlin und Brüssel. Heute genießt Wulff gleichermaßen Anerkennung bei Volkswagen und Porsche, deren Eigenständigkeit er im Blick hatte. Als jüngster Ministerpräsident hat er eine respektable Bilanz vorzuweisen: die niedrigste Arbeitslosigkeit seit 18 Jahren, 3000 neue Lehrerstellen, 1000 zusätzliche Ganztagschulen, 77 Prozent Zustimmung! Stärken: Christian Wulff (Ruhedruck 56), gemeißeltes Lächeln, ist meist gleichbleibend freundlich. ‚Greife niemals in ein Wespennest, doch wenn du greifst, dann greife fest!‘, sagt er, wobei seine stahlblauen Augen hinter der randlosen Brille blitzen. Vorsicht: Im Anzug von der Stange (Konfektionsgröße 52) kann der ‚Wulff im Schafspelz‘ stecken. Wulff mag

Streit nicht, geht Konflikten aber nicht aus dem Weg. Von wegen Zuckerwatte-Präsident! Schwächen: Christian Wulff liebt Vollmilchschokolade, Pasta (in allen Variationen!). Dazu trinkt er Bionade mit Holundergeschmack. Familie: Christian Wulff ist in zweiter Ehe mit Ex-PR-Frau Bettina (36) verheiratet. Seine Patchwork-Familie (Linus 2, Leander 7, Annalena 16) liebt Wulff über alles: ‚Kinder sind ein Geschenk Gottes.‘ ... Überzeugungen: Christian Wulff ist liberaler Konservativer, sozialer Marktwirtschaftler, gläubiger Katholik (2007 Privataudienz beim Papst), Schirmherr der Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft (DMSG).“

In einem weiteren Porträt von „bild.de“ fallen die zusätzlichen Stichworte:

Image vom lieben Schwiegersohn, kühler Stratege, Welle der Sympathie trage ihn ins höchste Amt, die Ruhe selbst, fairer Konkurrent, Chef-Qualitäten, immer ein offenes Ohr, habe Humor. Zu seiner Äußerung, er wolle nicht Kanzler werden, denn ihm fehle ‚der unbedingte Wille zur Macht‘, heißt es in diesem Text sehr differenziert:

„Was seine Gegner ihm als Schwäche auslegen, loben Wulff-Freunde als Stärke. Er sei halt einer, dem es nie um Ämter oder Posten gegangen sei.“

Und über seine Scheidung heißt es:

„Als 2006 nach 24 Jahren seine Ehe zerbrach, ging er damit kontrolliert offensiv an die Öffentlichkeit. Kein kleines Risiko, denn in Niedersachsen sind die Menschen bodenständig und es war fraglich, ob sie ihn, den Katholiken aus Osnabrück, 2008 auch nach einer Scheidung wieder wählen würden. Sie taten es.“

„Bild“ bildet die Ereignisse um die Nachfolge des zurückgetretenen Bundespräsidenten Horst Köhler, die Nominierung von Christian Wulff, die Debatten um ihn und seinen Gegenkandidaten Joachim Gauck und die Wahl selbst ausführlich ab; auch in dieser Phase ist das Medium ‚gut versorgt‘ mit Informationen, hat es doch beispielsweise die Nominierung von Wulff vorab exklusiv. Im Unterschied auch zu anderen Springer-Blättern – besonders „Die Welt“ positioniert sich für Gauck – legt sich „Bild“ nicht auf einen der beiden Kandidaten fest. Sie versucht vielmehr, die Ereignisse als Krimi, „Polit-Knüller“, als riskantes und spannendes Unterfangen darzustellen und mit Umfragen und eigenen Abstimmungen zu inszenieren.

Diese Linie spiegelt sich in dem Kommentar „Merkels riskante Wahl“ vom 6. Juni 2010 wider.

Bild, 6. Juni 2010

„... Die Kanzlerin und CDU-Vorsitzende hat Wulff in der eigenen Partei und der Koalition durchgesetzt. Die Mehrheit in der Bundesversammlung scheint so komfortabel,

dass der Kandidat aus Hannover seiner Wahl in der Bundesversammlung am 30. Juni entspannt entgegensehen könnte. Doch bereits die Debatte am ersten Wochenende nach der Kandidatenkür zeigt, wie riskant es für Merkel ist, auf die Macht der Mehrheit zu setzen. Denn viele im bürgerlichen Lager können sich einen Bundespräsidenten Gauck gut vorstellen, manche sagen es bereits ...“ (Auszug)

In dieser Phase gibt es noch am ehesten den einen oder anderen kritischen Ton über Wulff, beispielsweise wenn es in dem eben zitierten Kommentar unter anderem auch heißt, sein Lebensthema sei „die eigene politische Karriere“. Die Publikationen „Welt“ und auch „Bild am Sonntag“ machen ihr Wohlwollen für Gauck mehr oder weniger offenkundig und bauen – wie bei anderen Themen, siehe unter anderem Sarrazin – an der Kluft zwischen dem „Bürger Gauck“ und dem „Politiker Wulff“.

Und in einem anderen Text wird unter der Überschrift „Merkel oder Gauck?“ die Wahl des Bundespräsidenten mit dem Schicksal der Regierung Merkel verknüpft:

„... Doch diese Präsidentenwahl hat – wie alle bisherigen auch – Auswirkungen auf die politischen Machtverhältnisse. Denn es rumort in der Union wie in der FDP. Merkel-Enttäuschte bei CDU/CSU und Westerwelle-Gegner bei den Liberalen spielen offenbar mit dem Gedanken, bei der geheimen Wahl für Joachim Gauck zu stimmen. Siegt Gauck, dann wäre das der K.-o.-Schlag für

die bürgerliche Koalition. Dann ist die Regierung am Ende, dann bleibt dem Traumpaar Merkel-Westerwelle nur der traurige Abgang ...“

Doch am Ende wird dieses Duell dann wieder ‚aufgelöst‘: „Eins ist aber auch klar: Wulff oder Gauck – egal wer am 30. Juni siegt: Deutschland gewinnt auf jeden Fall!“

5.2 Die Familie

5.2.1 Scheidung und neue Ehe

Mit höchstem argumentativen Aufwand und Dutzenden von Texten werden ab dem Jahr 2006 Scheidung, neue Liebe, neue Ehe und Kinder-glück positiv begründet und positiv dargestellt. Kritikpunkte werden erwähnt – wie kann der bekennende Katholik und Christdemokrat Wulff seine Frau verlassen –, aber nur um sie zu entkräften und zu widerlegen.

Der Grundtenor in allen Texten: Alle Beteiligten verhalten sich vorbildlich. Die bisherige Ehefrau trägt auch Schuld. Sie wollte nicht First Lady sein. Sie haben um ihre Ehe gekämpft. Erst als die bisherige Liebe erloschen und die Beziehung beendet war, entflammte die neue Liebe. Ja, Wulff hat gefehlt. Aber anderswo ist es auch so.

Am 5. Juni 2006 wird in einem Kommentar der Takt vorgegeben.

Die Überschrift des Kommentars: „Ein Mensch mit Fehl und Tadel“.

Bild, 5. Juni 2006

„Der auch? Dieser Schwiegermutter-Traum, dieser Mustergatte? Ja, auch der, leider! Politiker sind halt auch nur Menschen, was sonst. Mit Schwächen. Christian Wulff hat es gerade wieder bewiesen. Ihn zu verurteilen wäre leicht – und billig. Die alte Geschichte: Zwei Menschen heiraten, ein Kind kommt, er steigt auf im Beruf, sie bleibt zu Hause. Die beiden driften auseinander, der

Mahlstrom der Gewohnheit. Dazu der Politik-Stress, er selten zu Hause, zu wenig Zeit für das lebenswichtige Miteinander. Kein Außenstehender kann in eine Ehe hineinschauen, über Gut und Böse richten. Was ist wahre Liebe, was Theater – vielleicht nur, um das Gesicht zu wahren? Man muss Christian Wulff glauben, dass er um seine Ehe gekämpft und sich sauber getrennt hat. Und dass die neue Liebe erst danach gewachsen

► Schaubild 6:

Das Ehe-Aus: „Bild“-Printausgabe vom 6.6.2006



ist. Das Mitgefühl der meisten Frauen wird trotzdem der Ehefrau gehören, ihr Zorn wohl Christian Wulff treffen. Doch so schlimm es auch scheint: Der bisher tadellose Wulff wird durch diese Trennung sogar ein wenig menschlicher. Und jeder Mensch hat eine zweite Chance verdient.“

Auszug aus einem weiteren Text:

„Politische Beobachter in Hannover urteilten, Frau Wulff habe sich dem politischen Leben ihres Mannes ‚so gut es ging entzogen‘. 2003 war Christian Wulff zum Ministerpräsidenten in Niedersachsen gewählt worden, nach der letzten Bundestagswahl sogar als Kanzlerkandidat gehandelt worden. Immer wieder hatte er erklärt: ‚Mein Platz ist in Niedersachsen.‘ Er habe nicht die Absicht, sein Familienleben durch einen Wechsel nach Berlin zu gefährden. Zuletzt, so beobachteten Freunde, hätten beide aber immer mehr ein eigenes Leben geführt. Christian Wulff wird zunächst im Appartement des Gästehauses der Landesregierung in Hannover (Miete 500 Euro) wohnen.“

Und an anderer Stelle heißt es:

„So besonnen wie in der Politik, so besonnen trifft Christian Wulff auch privat seine Entscheidungen: ‚Ich hoffe, dass die Privatsphäre meiner Frau und unserer Tochter gewahrt wird.‘“

Eine Auswahl an weiteren Überschriften und Zitaten:

„Trautes Heim, Glück allein – aber nicht bei vielen Politikern“.

„Die Zeit heilt eben doch (fast) alle Wunden! Frau Wulff räumt Preise beim Reiten ab. Christiane Wulff (46), 18 Jahre Ehe, 1 Tochter – im Juni 2006 verlassen von Christian Wulff (Ministerpräsident Niedersachsen). Lässige Jeans, sportliches Sakko, rote Strubbelfrisur – diese Frau wirkt stärker denn je! ... Neues Leben, neues Glück: Mutter und Tochter räumen beim gemeinsamen Hobby (Military-Reiten) reihenweise Pokale ab.“

„CDU-Wulff: Baby mit neuer Freundin“.

„Bekanntem gegenüber verriet Wulff schon im Sommer 2006: ‚Ja, es ist Liebe!‘“

„Samstag mit Freundin, Sonntag mit Familie ... – Politiker Wulff – so toll hat er sein neues Leben im Griff“.

„Regierungschef, Vater, Geliebter und Noch-Ehemann – wie kriegt Christian Wulff das bloß so prima hin?“

„Neues Buch über Niedersachsens Ministerpräsidenten – Wulff spricht über sein Ehe-Aus: In der Gesprächs-Biografie ‚Besser die Wahrheit‘ äußert sich der Politiker gegenüber BILD-Autor Hugo Müller-Vogg erstmals offen über sein Privatleben ...“

Die Inszenierung einer ungewöhnlich vorbildlichen Trennung und der anschließend märchenhaft-glücklichen neuen Beziehung geht über Monate. Im Kern steht die ständige Wiederholung, dass der katholische christdemokratische Politiker Christian Wulff alles richtig gemacht und gegen keinen der ihm wichtigen Werte verstoßen hat.

5.2.2 Die Neue

Am 7. Juni 2006 wird die neue Partnerin präsentiert: „Das ist Christian Wulffs Neue – Sie joggt, sie lacht, und sie singt im Chor“.

Bild, 7. Juni 2006

„Bettina Körner (32), die Neue an der Seite des niedersächsischen Ministerpräsidenten – wer ist diese Frau, die mit Christian Wulff (46) nach dem Scheitern seiner 18-jährigen Ehe mit Christiane (45) seit Kurzem zusammen ist? Äußerlich erfüllt sie das Klischee der Jüngerer, der lächelnden Blondes, die der Ehefrau Konkurrenz macht und sie schließlich verdrängt. Doch so einfach ist es nicht. Freunde wissen: Wulff und Bettina Körner sind sich erst nahe gekommen, als seine Ehe schon gescheitert war. Bettina Körner ist eine Frau, die mitten im Leben steht, die als witzig gilt, klug und voller Tatendrang ... Sie ist seit fast drei Jahren Mutter von Söhnchen Leander. Zum Vater ihres Kindes, Ex-Lebensgefährte Torsben Anklam (36), hält sie guten Kontakt. Er sagt: ‚Bettina ist der verbindlichste Mensch, den ich kenne.‘ Leanders Vater

kümmert sich ebenso um den gemeinsamen Sohn wie Bettina. Auch hier sind sich Bekannte einig: Sie ist eine liebevolle Mutter, hat Geduld und großen Sinn für Familie und Geborgenheit.“

Das Lob geht weiter:

„Freundin Bettina Rippich: ‚Bewundernswert, wie sie es schafft, Familie, Beruf, Hobbys und Freunde unter einen Hut zu bringen.‘“

Am 3. Juni 2010 wird Bettina Wulff als „die jüngste First Lady aller Zeiten“ porträtiert. Die sich seit 2006 ständig wiederholenden Stichworte:

Bild, 3. Juni 2010

„Äußerlich erfüllt sie das Klischee der Jüngerer, der lächelnden Blondes, die der Ehefrau Konkurrenz macht und sie schließlich verdrängt. Doch so einfach ist es nicht. Freunde wissen: Wulff und Bettina Wulff, geborene Körner, sind sich erst nahe gekommen, als seine Ehe schon gescheitert war. Bettina Wulff ist eine Frau, die mitten im Leben steht, die als witzig gilt, klug und voller Tatendrang. Ihre damalige beste Freundin Bettina Rippich sagte einst: ‚Sie geht stets mit einer positiven Einstellung durchs Leben. Wir haben schon viel zusammen gelacht.‘“

Bettina Wulff ist in „Bild“ immer die Sportliche, Tatkräftige, Schöne, Fröhliche, Vielseitige,

Verbindliche, die liebevolle Mutter, die Geduldige.

5.2.3 Nachwuchs und Heirat

Am 29. Januar 2008 weiß das „Bild“-Publikum: „Es wird ein Junge!“

Bild, 29. Januar 2008

„Das süßeste Geheimnis um Wahlsieger MP Christian Wulff (48, CDU) und seine schwangere Lebensgefährtin Bettina Körner (34) ist gelüftet. Seit fast sechs Monaten schweigen die beiden dazu, ob es ein Junge oder ein Mädchen wird. BILD erfuhr: Es wird ein Junge! Gute Freunde der blonden Pressereferentin wissen: ‚Einen Namen haben sie noch nicht, aber sie freuen sich sehr auf den Kleinen!‘ Es ist das erste gemeinsame Baby für das Paar, aber beide haben schon je ein Kind aus vorangegangenen Beziehungen. Körner ist Mutter von Söhnchen Leander (4), der mit ihr und MP Wulff in einer 140-Quadratmeter-Wohnung im Philosophenviertel Hannovers lebt. Der Politiker ist Vater von Tochter Annalena (14) aus der Ehe mit Christiane Wulff (46), von der er im Frühjahr geschieden werden soll. Äußern will sich das Paar zum privaten Glück nicht. Auch nicht dazu, dass das Baby ein kleiner Stammhalter wird. Aus der Staatskanzlei heißt es nur: ‚Privat ist privat. Hauptsache gesund!‘ Und das scheint so zu sein. Auf dem Landespresseball vor vier Tagen sagte Körner zu BILD: ‚Mir geht es prima. Ich habe keinerlei Beschwerden.‘ Sie tanzte ver-

gnügt, stand auch den stressigen Wahlsonntag ohne Probleme bis in die Nacht durch. Eine gute Freundin zu BILD: ‚Sie ist sehr fit, macht viel Sport, das kommt ihr jetzt zugute.‘ Die Hochzeit, heißt es, sei schon in Vorbereitung: ‚Ja‘-Sagen wollen die beiden angeblich schon, bevor das Kind im Sommer zur Welt kommt, wenn seine Scheidung rechtskräftig ist. Noch-Ehefrau Christiane Wulff (46) blieb nach der Trennung mit Annalena in der geräumigen Villa in Osnabrück. Am Sonnabend ziehen die beiden in ein kleineres Haus im selben Viertel. Das alte Domizil sei zu groß, betonte sie stets. Aber der Lebensraum für Annalena, die oft in Hannover ist und sich sehr gut mit Bettina Körner versteht, soll beständig bleiben.“ (Auszug)

Am 2. Februar 2008 gibt Wulff das große Interview: „‚Bei der Geburt unseres Kindes werde ich dabei sein‘ – Der Wahlsieger Christian Wulff exklusiv in BILD am Sonntag“.

Die Anmoderation des Gesprächs: „Niedersachsens Ministerpräsident CHRISTIAN WULFF und seine Partnerin Bettina Körner sprechen im ersten gemeinsamen Interview über ihre bevorstehende Hochzeit, die Geburt ihres Kindes – und verraten das Erfolgsgeheimnis ihrer Patchwork-Familie.“ Es geht in diesem Interview um: die Geburt, Junge oder Mädchen, Art der Geburt, wie viele Kinder, Schwangerschaftskurs, der Umgang mit seiner Tochter, Art der Hochzeit, Name, First Lady ja oder nein ...

Am 21. März 2008 berichtet „Bild“ über die „Heimliche Hochzeit! – Christian Wulff – Jetzt kommt das Baby ehelich zur Welt“.

Bild, 21. März 2008

„Romantischer Höhepunkt zu Ostern! Der niedersächsische Ministerpräsident Christian Wulff (48, CDU) und seine Lebensgefährtin Bettina Körner (34) sind jetzt Mann und Frau. Im engsten Freundes- und Famili-

enkreis gab sich das Paar am Mittwoch das Ja-Wort. Rund 40 Gäste waren zu der Trauung im Rosenpavillon des Schlosshotels Münchhausen im Weserbergland eingeladen, darunter seine Tochter Annalena (14) aus erster Ehe. Besonders schön für die frisch Verheirateten: Im Frühsommer kommt das erste gemeinsame Baby zur Welt – ehelich!“

► Schaubild 7:

Das Hochzeitsfoto: „Bild“-Printausgabe vom 22.3.2008



Am 22. März 2008 folgt dann ‚die große Oper‘ über die „Traumhochzeit im Märchenschloss – Christian Wulff & seine Bettina“.

Bild, 22. März 2008

„Es war eine Hochzeit ein bisschen wie im Märchen! Mit strahlendem Sonnenschein und einem Teppich aus Blütenblättern! Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (48) und Lebensgefährtin Bettina Körner (34) haben sich im romantischen Fünf-Sterne-‚Schlosshotel Münchhausen‘ bei Hameln (Niedersachsen) das Jawort gegeben. Vergangenen Mittwoch, 16 Uhr: Im Rosenpavillon haben sich fünfzig Freunde und Verwandte versammelt. Auch Wulffs Tochter Annalena (14) und Bettinas Sohn Leander (4) sind bei der Zeremonie dabei. Wulff: ‚Ich bin glücklich, dass ich mit so tollen Freunden und unseren Verwandten unsere Vermählung so privat und ausgelassen feiern konnte.‘ Zum Empfang im Schlosshof gibt es herzförmige Erdbeertörtchen und Rosé-Champagner. Wulffs Geschenk für die Braut: ein goldener Brillantring! Im Schloss das Fünf-Gänge-Menü: Seeteufel mit karamellisiertem Chicoree und violetter Senfsauce, Kalbsfilet in rosa Pfefferkruste. Das Traumschloss hatte Wulff 2006 entdeckt, als dort die französische Fußballnationalmannschaft untergebracht worden war. Vor wenigen Wochen erst war Wulff von Ehefrau Christiane (46) geschieden worden. Dann begannen die Hochzeitsvorbereitungen, wurden Einladungen verschickt (u. a. an AWD-Chef Maschmeyer, RWE-Chef Groß-

mann). Die Braut trug eine rosa Tunika, er rosa Krawatte, dunkelblauen Anzug. Und obwohl Bettina Körner, jetzt Frau Wulff und offiziell First Lady, im siebten Monat schwanger ist, wurde bis halb drei morgens gefeiert. Die Braut zu BILD: ‚Es war ein unvergesslicher Tag. Jetzt freue ich mich als Nächstes auf den Urlaub und die Geburt unseres Kindes.‘ Beim Termin im Juni will Wulff dabei sein. Heute Morgen brach das Paar nach Pisa auf. Wulff: ‚Ich freue mich jetzt auf einen einwöchigen Italienurlaub nach einem anstrengenden Wahlkampfsjahr.‘“

Dann am 13. Mai 2008: „Baby da – es ist ein Junge! – Christian Wulff und seine Bettina im Elternglück“.

Bild, 13. Mai 2008

„Große Freude im Hause Wulff: Das erste gemeinsame Baby ist da. Christian Wulff im Baby-Glück! Wie BILD.de erfuhr, ist das erste gemeinsame Kind von Ministerpräsident Christian Wulff (48, CDU) und seiner neuen Ehefrau Bettina (34) heute um 8.27 Uhr auf die Welt gekommen – es ist ein Junge! Der Kleine wird Linus Florian heißen. Im christlichen Friederikenstift Hannover, wo die Landesmutter bereits ihren ersten Sohn Leander (4) aus einer vorherigen Beziehung entbunden hatte, wurde der Wonneproppen ohne Kaiserschnitt geboren. Er ist 50 Zentimeter groß und wiegt 3350 Gramm. Mutter und Kind sind gesund, bestätigte Wulff auf Anfrage.“

5.2.4 Der Familienvater

Am 31. Juli 2009: „Hier buddelt Papa Wulff mit Sohnmann im Sand – Ministerpräsident mit Familie an der Nordsee“.

Bild, 31. Juli 2009

„Kilometerlanger weißer Sandstrand, sanfte Dünen, rauher Nordseewind. Hier entspannt Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) im Kreise seiner Liebsten. Zwei Wochen Erholung auf Norderney mit Gattin Bettina (35) und Sohnmann Linus-Florian (1). BILD-Leser Matthias Metzger entdeckte den Politiker am Strand: ‚Er wirkte sehr entspannt, genoss die Zeit mit seiner Familie und spielte ausgiebig mit seinem Sohn.‘ Christian Wulff zu BILD: ‚Hier kann ich bei langen Strandspaziergängen und beim Lesen und Sport die Seele baumeln lassen. Das ist bei dem besonderen Reizklima der Ostfriesischen Inseln Erholung pur.‘ Die kann er gut gebrauchen, denn hinter dem MP liegen anstrengende Wochen, z. B. die Übernahmeschlacht zwischen VW und Porsche. Für eine Aufsichtsratssitzung von Volkswagen musste er seinen Urlaub sogar kurz unterbrechen, flog schnell nach Stuttgart. Ab Montag nimmt Wulff die Amtsgeschäfte in Hannover wieder auf. Natürlich blieb auch im Urlaub die Arbeit nicht liegen. Wulff: ‚Vieles geht am Telefon oder per SMS. Ich gehöre aber nicht zu den Politikern, die mit einem weißen Ohr aus dem Urlaub zurückkommen.‘“

5.2.5 „Bild“ kann auch anders

„Bild“ zeigt in den Fällen Horst Seehofer und Günther Oettinger, dass sie mit Scheidungen und neuen Beziehungen prominenter Politiker auch ganz anders umgehen kann.

So gibt es im Januar 2007 eine große Geschichte mit der Headline: „CSU-Vorsitz • Familie • Schwangere Geliebte – Wofür entscheidet sich Minister Seehofer?“ Ausführlich werden seine Lage und Zwänge dargestellt. Er wird nachdrücklich mit seinen gesellschaftspolitischen Positionen zu Ehe und Familie konfrontiert, mit Zitaten, in denen er die Bedeutung von Ehe und Familie für die Gesellschaft betont.

Bild, 16. Januar 2007

„In einem Eckpunktepapier der von ihm geführten Christlich-Sozialen Arbeitnehmerschaft (CSA) heißt es: ‚Ehe und Familie sind die Grundlage für die Solidarität und das Zusammenleben in unserer Gesellschaft.‘ Und nach einigen Stellungnahmen, die Seehofer verteidigen, heißt es weiter im Text: ‚Tatsache ist aber: Wer in Bayern oder in der CSU höchste Ämter anstrebt, muss sein Privatleben in Ordnung haben.‘ Das kann auch heißen: Ein klarer Schlussstrich und ein neues Leben mit neuer Partnerin – so, wie es Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (CDU) und der Berliner CDU-Fraktionschef Friedbert Pflüger erfolgreich vorgemacht haben. Sie bekannten sich zu ihren neuen Frauen und zum Scheitern ihrer alten Beziehungen. Und es hat ihnen politisch nicht geschadet.“

Ende 2007 ist dann Günther Oettinger an der Reihe, und dieses Mal geht es so: „Heute schildert der betrogene Ministerpräsident exklusiv im Interview mit BILD am SONNTAG, wie seine Ehe scheiterte.“

„Meine Frau ist nicht schwanger“, so die Schlagzeile dieses Interviews. Oettinger stellt sich darin intimsten und auch hämischen Fragen: Ob er sich von Wulff und Seehofer schon Rat geholt habe, seit wann er wisse, dass die Ehe nicht mehr zu retten sei, ob er gekämpft habe, wie er gekämpft habe, ob er von der anderen Beziehung „zu dem Berliner Porsche-Manager Otmar Westerfellhaus“ gewusst habe, ob er diese Affäre toleriert habe, ob seine Frau schwanger von ihrem Geliebten sei, ob sie noch zusammen wohnten, wo seine Frau eine neue Wohnung nähme, wie sie Weihnachten feierten, ob die Scheidung eingereicht sei, ob es stimme, dass er die Trauerrede für Filbiner „in den Sand gesetzt“ habe, weil er zuvor einen Streit mit seiner Frau gehabt habe ...

5.3 Die Freunde

5.3.1 David Groenewold

Am 30. Juni 2006 gibt es einen Text, in dem es unter anderem heißt:

„Die Nacht der VIP-Freunde Berlin. Es war das bislang intimste und beste Dinner der 46. Berlinale: ‚Ein Abend unter Freunden‘ von David Groenewold (32, GFP-Fonds) und Thomas Heinze (41) im 19. Stock des Springer Verlags. 293 Gäste, darunter kein Möchtegern, nix Luder, nur Very-Wichtige.

Alexandra Nedel (30) verzückte Niedersachsens Christian Wulff (46, CDU).“

Im November 2008 dann diese Überschrift: „Liebe aus! Hochzeit geplatzt“ und diesen Text:

„David Groenewold (35) und Mia Florentine Weiss (28) sind kein Liebespaar mehr. Der Film-Kaufmann, einer der erfolgreichsten Investoren der deutschen Filmindustrie („Neues vom Wixxer“, „Elementarteilchen“, „Das Wunder von Lengede“) und das Model, das als „Raffaello“-Frau in der Werbung bekannt wurde, haben sich getrennt ... Alles begann bei der Berlinale 2006 ... Bald machte David seiner Mia eine öffentliche Liebeserklärung ... Sogar der Trauzeuge stand schon fest: Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (49, CDU), ein enger Groenewold-Freund.“

Am 9. Februar 2009 die Überschrift: „Dinner unter Freunden“ im Axel Springer Journalistenclub“.

Bild, 9. Februar 2009

„Die Berlinale – mal ganz privat. Produzent David Groenewold und Schauspieler Thomas Heinze luden zum super exklusiven 7. Dinner unter Freunden“ in den Axel Springer Journalistenclub. 100 handverlesene Gäste kamen zu Steinbutt-Filet und Mohnauflauf. Darunter: Ministerpräsident Christian Wulff, Regisseur Helmut Dietl, Schauspielerin Simone Thomalla, der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit, Axel-Springer-Chef Dr. Mathias Döpfner und Axel-Springer-Vorstand Dr. Andreas Wiele.“

Am 9. Juli 2009 stehen unter der Überschrift: „Cora & Katja! Hier tanzen zwei Busen-Freundinnen – Frauen-Spaß und Polit-Prominenz in der ‚Käfer-Schänke‘“ die folgenden Sätze:

„Ebenfalls bei ‚Käfer‘, 1. Stock, der Tisch von Filmproduzent David Groenewold. Bei ihm zu Gast: Schauspieler Hannes Jaenicke, Schauspielerin Maria Furtwängler mit Ehemann Hubert Burda. Und der charmanteste Ministerpräsident, seit es Niedersachsen gibt, Christian Wulff mit seiner Frau Bettina. Wulff war zum ersten Mal auf der Wiesn, trug fachgerecht Karo-Hemd und Janker, seine Frau kam adrett im klassischen Dirndl. Wulff zu BILD: ‚Ich freue mich, an diesem wichtigen Wahl-Wochenende meine politischen Freunde in Bayern zu unterstützen und natürlich freue ich mich sehr über unseren ersten Wiesnbesuch.‘ Und, Herr Ministerpräsident, wie fühlt sich das an? ‚Natürlich ist es nirgends so schön wie in Niedersachsen, aber Bayern mit seinen herzlichen Menschen und der unglaublichen Tradition und Lebensqualität kommt schon ganz nah ran ...‘ Sprach’s und protestete seiner Frau zu.“

5.3.2 Die Nord-Süd-Gipfel mit Event-Manager Manfred Schmidt

Im Dezember 2007 berichtet „bild.de“: „Der Kick beim großen VIP-Gipfel – Top-Treffen der Wirtschafts-Bosse, Politiker, Topdesigner“.

Bild.de, 21 Dezember 2007

„Wenn’s ‚Ländle‘ Baden-Württemberg in Niedersachsen einfällt, hat das Kick: MP Christian Wulff (48, CDU) und sein Stuttgarter Amts-Kollege Günther Oettinger (54, CDU) nahmen den ersten ‚Nord-Süd-Gipfel‘ sportlich. Und das ‚Ländle‘ punktete beim ‚Kicker‘. MP Wulff scherzte: ‚Daimler-Chef Zetsche wurde vom heimischen Mercedes-Chef Wendt sehr angefeuert.‘ Dieter Zetsche (54): ‚Ich finde, es läuft 1 A!‘ ... Über 600 Promis kamen zum VIP-Gipfel beider Länder ins Pelikanviertel Hannover – Idee von Event-König Manfred Schmidt (58). Model Nadja Auermann (36): ‚Er hat eingeladen, also komme ich.‘ PS-starke ‚Sitzung‘ im Sheraton Hotel: VW-Aufsichtsrats-Chef Ferdinand Piëch (70, rauchte nicht), Porsche-Vorstand Wendelin Wiedeking (55) und VW-Vorstandschef Martin Winterkorn (60) pafften Zigarre mit Wirtschaftsminister Walter Hirche (66, FDP): ‚Entspannt hier.‘ ... Auch die MPs waren zufrieden: ‚Wir können in Berlin und Brüssel viel bewirken.‘ Oettinger fuhr nachts noch im Auto nach Stuttgart: ‚Das sind nur 4,5 Stunden.‘ Das steht Wulff auch bevor beim Gegenbesuch im ‚Ländle‘ Ende 2008. Auf den freut sich Pop-Poet Heinz Rudolf Kunze (50): ‚Ich hätte gerne mehr Musik-Kollegen getroffen.‘“ (Auszüge aus dem sehr ausführlichen Text.)

Im Dezember 2008 gab es den nächsten Gipfel und die Überschrift lautete: „Hier strahlt Deutschlands schönste First Lady – Bettina Körner“.

„Das sind die längsten First-Lady-Beine der Republik! Bettina Wulff (34), große Schönheit & Gattin von Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (49, CDU), zog beim ‚Nord-Süd-Dialog‘ (veranstaltet von Event-Manager Manfred Schmidt) in Stuttgart im schwarzen Pailletten-Mini alle Blicke auf sich.“ (Auszug)

Und im Dezember 2009 fand das Ereignis wieder in Hannover statt: „Hollywood-Diva krönt VIP-Gipfel in Hannover“.

Aus dem Text:

„Ätsch, Hamburg! Ätsch, Berlin! Wer hat hier denn die meisten Promis? Keine Frage: Gestern war es wieder einmal Hannover! Beim großen Nord-Süd-Dialog am Airport stellten 950 Spitzen-Gäste aus Politik, Wirtschaft und Show ihr Party-Talent unter Beweis ... Film-Diva und Oscar-Preisträgerin Faye Dunaway (68, ‚Network‘, ‚Flammendes Inferno‘) war der Star-Gast! Zum dritten Mal Schirmherren der Veranstaltung von Party-Macher Manfred Schmidt: Niedersachsens MP Christian Wulff (CDU, mit Gattin Bettina) und sein Noch-Amtskollege aus Baden-Württemberg, Günther Oettinger (CDU, mit Freundin Friederike Beyer). Fernseh-Star Veronica Ferres kam mit AWD-Gründer Carsten Maschmeyer (sie reiste aus München an, er aus Zürich) ... Das Paar lieferte sich am Tisch-Kicker spannende Duelle, auch mit ‚Scorpions‘-Sänger Klaus Meine: ‚Die Netzwerker kommen hier mal wieder zusammen.‘ Das könnten sie auch im nächs-

ten Jahr tun. Dann wäre aber wieder Stuttgart Austragungsort des vierten Nord-Süd-Dialogs ...“

5.3.3 Carsten Maschmeyer

Am 3. Juli 2008: „AWD feiert das geilste Firmenjubiläum Deutschlands“.

Bild, 3. Juli 2008

„In der Stadt wehen über 130 AWD-Flaggen, in TUI Arena und Deutschem Pavillon wird hektisch aufgebaut: Finanzdienstleister AWD feiert das geilste Firmenjubiläum Deutschlands! ... Auch auf der VIP-Liste in der TUI Arena stehen große Namen: Friedensnobelpreisträger Kofi Annan (70), Ex-Kanzler Gerhard Schröder (64, SPD), Österreichs Ex-Kanzler Dr. Franz Vranitzky (70), Bundesumweltminister Sigmar Gabriel (48, SPD), Schauspielerin Veronica Ferres (43), MP Christian Wulff (49, CDU) hält ein Grußwort!“

Am 8. Februar 2009 ist in einem langen Bericht über die neue Beziehung von Veronica Ferres und Carsten Maschmeyer (49) zu erfahren:

Bild, 8. Februar 2009

„Miteinander bekannt gemacht hatte sie ein Jahr vorher ein guter Freund von Maschmeyer: CDU-Ministerpräsident Christian Wulff (49). Ob Politiker oder Wirtschaftsgröße – Carsten Maschmeyer hat gern die Wichtigen und Macher um sich: Altkanzler Gerhard Schröder spendierte er 1988 eine 650.000 Mark teure Werbekampagne („Der

nächste Kanzler muss ein Niedersachse sein¹⁾). Kleingeld für Maschmeyer.“

Am 29. März 2009 gibt es ein langes Interview mit Carsten Maschmeyer.

Bild am Sonntag, 29. März 2009

„BamS: Wo haben Sie und Frau Ferres sich das erste Mal gesehen? MASCHMEYER: Bei einem Empfang von Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff in der niedersächsischen Landesvertretung im Rahmen der Berlinale im Januar 2007. Der Wedel-Film „Mein alter Freund Fritz“ wurde vorgestellt, in dem Christian Wulff seine Person im wahren Leben – den Ministerpräsidenten – spielt und Veronica Ferres eine der Hauptrollen hatte. Wulff hat uns miteinander bekannt gemacht ... BamS: Man sieht Sie öfter mit den ‚Scorpions‘, Christian Wulff, Gerhard Schröder. Haben Sie auch Freunde, die nicht berühmt sind? MASCHMEYER: Die meisten meiner Freunde kenne ich schon sehr lange, oder es sind Freundschaften, die in gewisser Weise auf Augenhöhe sind.“ (Auszug)

Am 9. Mai 2009 ist „Große VIP-Party zum 50. Geburtstag – Carsten Maschmeyer“.

Bild, 9. Mai 2009

„Promi-Gedränge am Freitag in Hannover! AWD-Gründer Carsten Maschmeyer hatte zur Geburtstagsparty geladen – und alle kamen! Dicht an dicht parkten große Limousinen vor seiner Villa an der Eilenriede,

‚Wahlplakate‘ mit seinem Porträt wiesen Nicht-Hannoveranern den Weg zur Party – eine Überraschung seiner besten Freunde ... Der Unternehmer wurde gestern 50 Jahre jung, feierte mit 130 VIP-Gästen, u. a. Alt-Bundeskanzler Gerhard Schröder (65) mit Ehefrau Doris (45), Ministerpräsident Christian Wulff (49) mit Gattin Bettina (35), FDP-Chef Guido Westerwelle (47) mit Michael Mronz (42), Klaus Meine und Rudolf Schenker (beide 60) von den ‚Scorpions‘ ... Auch dabei: seine ehemalige Medizin-Studienkollegin Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen (50).“

Schon am 27. Mai 2009 ist „Frauen-Power auf der Maschi-Party – 120 Promis beim Saisonabschluss von Hannover 96“.

Bild, 27. Mai 2009

„Es ist schon gute, alte Tradition: Zum Saisonabschluss von Hannover 96 lud AWD-Gründer Carsten Maschmeyer (50) zur Sommer-Party in seine Villa an der Eilenriede. Schon zum 6. Mal – seit die ‚Roten‘ wieder in der Bundesliga spielen. 120 Promis aus Politik, Wirtschaft und Society kamen, feierten bis tief in die Nacht – darunter MP Christian Wulff (49, CDU), Conti-Chef Karl-Thomas Neumann, Drogerie-König Dirk Roßmann, Nord/LB-Vorstand Gunter Dunkel, Klaus Meine (61) und Rudolf Schenker (60) von den ‚Scorpions‘ ... MP Wulff: ‚Seit einigen Jahren heißt diese Party Saisonabschlussfeier. Die ersten zwei Jahre stand noch Nichtabstiegsfeier auf der Einladung!‘“

Und am 14. August 2009 gibt es „Ehrendoktor Maschmeyer – Veronica Ferres: ‚Ein sehr bewegender Moment““.

Bild, 14. August 2009

„Es ist die Krönung einer beeindruckenden Karriere! AWD-Gründer Carsten Maschmeyer (50) wurde von der Universität Hildesheim der Ehrendokortitel verliehen. Anderthalb Stunden dauerte die Zeremonie in der Timotheus Kirche ... Die Laudatio hielt Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU), der nach eigenen Worten dafür einen VW-Termin nicht wahrnahm: ‚Ich bin der Einladung gerne gefolgt, da uns inzwischen eine persönliche Freundschaft verbindet. Carsten Maschmeyer hat als Unternehmer gesteigerte Verantwortung für das Allgemeinwohl über reine Gewinne hinaus gezeigt.““

Am 6. April 2010 berichtet „Bild“ über die jüngsten Aktivitäten von Carsten Maschmeyer: „Ich bin zu jung zum Nichtstun“.

Bild, 6. April 2010

„Die Rolle seines Lebens: Finanz-Experte von internationalem Ruf. Der jüngste Coup des AWD-Gründers: Die neue ‚Maschmeyer Rürup AG‘. Im Team: der renommierte, ehemalige Wirtschaftsweise Bert Rürup (66) und Ex-Minister Walter Riester (66), die Erfinder der Rürup- und Riester-Rente. Maschmeyer: ‚Wir beraten Regierungen, Kommissionen und Institute im Ausland über die Systeme der Alters- und Gesundheitsvorsor-

ge, gesetzliche Rahmenbedingungen.‘ Das Netzwerk der neuen Firma ist mächtig: ‚Hannover ist ja nun mal Hochburg von Spitzenpolitikern. Natürlich haben wir auch politische Kontakte, die wir nutzen werden.‘ Ex-Außenminister Genscher hielt die Festrede zur Gründung, auch Altkanzler Gerhard Schröder gratulierte persönlich. Rückblende: ... Mit 29 gründet er den AWD, feilt ihn zu einem der größten europäischen Finanzdienstleister ... ‚Maschi‘, wie ihn mancher aus seiner mächtigen Männer-Clique (u. a. MP Christian Wulff (CDU), Star-Moderator Thomas Gottschalk) nennt, organisiert 2008 die Übernahme des AWD durch Swiss Life, ist dort größter privater Aktionär, zieht die Fäden im Verwaltungsrat.“

Am 9. Mai 2010: „Carsten Maschmeyer feierte seinen 51. Geburtstag – Veronica Ferres sang ein ‚Happy Birthday““.

Bild, 9. Mai 2010

„MASCHI BEKAM WAS GEZEIGT: Finanz-Unternehmer Carsten Maschmeyer wurde an seinem 51. Geburtstag von Lebensgefährtin Veronica Ferres mit einem besonderen ‚Birthday-Konzert‘ überrascht: Stargeiger David Garrett spielte für 100 ‚enge Freunde‘ (Alt-Bundeskanzler Gerhard Schröder mit Ehefrau Doris, Ministerpräsident Christian Wulff mit seiner Bettina ...) am Freitagabend in der Maschmeyer-Villa in Hannover. Um Mitternacht sang ‚die Ferres‘, besser gesagt hauchte sie, wie einst Marilyn Monroe dann noch ein ‚Happy Birthday‘.“

Am 31. Mai 2010 gibt es eine „Party bei Carsten Maschmeyer“: „... Samstagabend trafen sich zum 8. Mal Hannovers Top-Entscheider in der Villa Maschmeyer. 100 hochkarätige Gäste! TUI-Boss Michael Frenzel, Nord/LB Vorstandschef Gunter Dunkel, Drogerie-König Dirk Roßmann, MHH-Herzspezialist Axel Haverich ...“ Und Ministerpräsident Christian Wulff.

5.3.4 Egon Geerkens

Am 22. Januar 2010 geht es um Christian Wulff persönlich, um die sogenannte Flugaffäre. Die „Bild“-Überschriften sind sachlich: „Ministerpräsident Wulff räumt Gesetzesverstoß ein – Staatsanwalt prüft Flug-Affäre“. Und: „Ministerpräsident Wulff gestern vorm Landtag – MP Christian Wulff kennt Air-Berlin-Chef Joachim Hunold bereits seit vielen Jahren“. Auch hier: differenzierte bis wohlwollende Darstellung und keinerlei Versuche, aus dem Vorgang etwa eine ‚Schnäppchen-Wulff‘-Kampagne zu machen. Auch die nach Darstellung von Wulff sehr persönliche Beziehung von ihm zu Geerkens wird – im Gegensatz zu später – klag- und kritiklos transportiert.

Der Text lautet:

„Es sollten zwei erholsame Wochen im warmen Florida werden – im Kreise der Familie. Inzwischen ist die Urlaubsreise von Ministerpräsident Christian Wulff (50, CDU) aber zum Fall für den Landtag geworden – und ruft die Staatsanwaltschaft auf den Plan! Der Spitzenpolitiker ist hin und zurück in der Business-Class geflogen, ob-

wohl er nur für die weniger komfortable Economy-Class bezahlt hatte. Statt 5815 Euro zahlte er zunächst nur 2759 Euro. Gestern trat der MP zerknirscht vors Parlament: ‚Das war ein Fehler. Ein Politiker muss jeden Anschein einer Besserstellung vermeiden.‘ Mit der Hochstufung („Upgrade“) in die Business-Class hatte er einen Vorteil erfahren, den er nicht annehmen durfte: ‚Objektiv gesehen muss ich von einem Verstoß gegen das Ministergesetz ausgehen.‘ Die Staatsanwaltschaft Hannover prüft, ob ein strafrechtlicher Tatbestand vorliegt: Verdacht auf Vorteilsannahme. Ausführlich schilderte Wulff, wie es zur Reise kam: Seine Ehefrau Bettina hatte im Mai die Air-Berlin-Flüge nach Miami in der Economy-Class gebucht. Im September regte Air-Berlin-Chef Joachim Hunold bei Bettina Wulff an, die Familie hochzustufen – aus Sicherheitsgründen. Beim Nord-Süd-Dialog am Flughafen traf das Ehepaar am 11. Dezember (zehn Tage vor Abflug) wieder auf Hunold. Wulff: ‚Bei dieser Gelegenheit habe ich Herrn Hunold verdeutlicht, dass ein Upgrade für mich nur in Frage käme, wenn tatsächlich unbesetzte Plätze vorhanden seien.‘ Es waren genug Plätze vorhanden. Die Differenz von 3056 Euro hat Wulff in 11 Euro in Deutschland, in Griechenland 6,50 Euro zwischen an Air Berlin bezahlt – allerdings erst, nachdem ein Journalist wegen der Unregelmäßigkeiten nachfragte: ‚Vorher habe ich das nicht erkannt.‘ Ob Wulff auch zwischen den Flügen in seinem Urlaub Vergünstigungen annahm, wollte die SPD wissen.

Wulff verneinte. Er habe im Haus eines Freundes gewohnt. Wulff zu BILD: ‚Egon Geerkens ist fast ein väterlicher Freund für mich, der auch mit meinen Eltern befreundet und mein Trauzeuge war.‘ Geschäftliche oder politische Beziehungen gebe es nicht.“

Am 10. Februar 2010 wollten Grünen-Abgeordnete des niedersächsischen Landtags in einer Parlamentarischen Anfrage wissen, ob es geschäftliche Beziehungen zwischen Christian Wulff und Egon Geerkens gab. Christian Wulff ließ das am 18. Februar durch die Staatskanz-

lei in Abrede stellen: „Zwischen Ministerpräsident Wulff und den in der Anfrage genannten Personen und Gesellschaften hat es in den letzten zehn Jahren keine geschäftlichen Beziehungen gegeben.“ Genau diese Antwort brachte Christian Wulff im Dezember 2011 in Bedrängnis und löste – durch die „Bild“-Veröffentlichung „Wirbel um Privatkredit“ – die Wulff-Affäre aus.

Im Februar 2010 hat „Bild“ – wenn das Online-Archiv von bild.de zuverlässig ist – vor lauter Jubel ‚vergessen‘, über die Anfrage und die Antwort zu berichten.

Nachbemerkung

Wäre „Bild“ ein Kreuzworträtsel, würden wir am Ende der beiden Studien zur Wulff-Affäre sowie zur Griechenland- und Euro-Krise nach einem Wort mit 12 Buchstaben fragen, der vierte ein ‚Z‘, der letzte ein ‚G‘.

Anders als in „Drucksache ‚Bild‘ – eine Marke und ihre Mägde“ haben wir in dieser zweiten Untersuchung den gesamten Bereich der Gestaltung – Layout, Headlines und Typografie, Fotos und Farben – unberücksichtigt gelassen. Das hängt mit unserer Materialbasis zusammen: Sie umfasst die Produkte der gesamten „Bild“-Werkstatt: „bild.de“, „Bild“ und „Bild am Sonntag“. Das liegt aber auch an dem etwas anders gearteten Untersuchungsinteresse, das stärker auf das Zusammenspiel von Veröffentlichungen und Beziehungsmanagement, von Vorder- und von Hinterbühne gerichtet war.

Denn um die „Bild“-Wulff-Affäre aufzuhellen, mussten wir nicht nur fragen, was „Bild“ über Christian Wulff publiziert, sondern auch, wie „Bild“ auf Dauer seine Informationen bekommen hat.

In der Summe beider Studien stoßen wir an allen Ecken und Enden, in jeder Hinsicht, die man wählt, um „Bild“ genauer ins Auge zu fassen, auf dasselbe Phänomen. Ob es die Profilierung als „Volks-Stimme“ oder die Vermarktung von „Volks-Produkten“ ist, ob es um die Darstellung von Personen und Ereignissen oder um die eigene Rolle von „Bild“ geht: Immer führt „Bild“ seinem Publikum etwas vor. Schärfener formuliert: Immer macht „Bild“ seinem Publikum etwas vor. Das „Bild“-Rätsel löst sich nur für den auf, der dieses Medium sieht als eine reine große INSZENIERUNG.

Ausgewählte Literatur

- Arlt, Hans-Jürgen/Arlt, Fabian, 2012: Medien, Mittelstand, Abwertung, in: Heinrich-Böll-Stiftung Brandenburg (Hg.), Eine Frage der Klasse? Deutschlands Mitte zwischen Abstiegsangst und dem Tritt nach unten, Potsdam, erscheint Mai 2012
- Arlt, Hans-Jürgen/Storz, Wolfgang, 2011: Drucksache „Bild“ – Eine Marke und ihre Mägde, Frankfurt/M., OBS Arbeitsheft 67
- Blöbaum, Bernd, 2008: Wandel redaktioneller Strukturen und Entscheidungsprozesse, in: Bonfadelli, Heinz/Imhof, Kurt/Blum, Roger/Jarren, Otfried, Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel, Wiesbaden, S. 119-129
- Burkhart, Roland, 2002: Kommunikationswissenschaft, Wien u. a., Böhlau, 4. Aufl.
- Dachsel, Felix, 2012: Wulff schickte Weihnachtspost, online unter www.taz.de/!86386/
- Dachsel, Felix, 2012: Einmal Star und wieder zurück, online unter www.taz.de/!87961/
- Der Spiegel, 2011: Der falsche Präsident, Ausgabe 51/2011
- Diekmann, Kai, 2012: Wir wollen anderen auf die Füße treten. Interview mit: Die Presse, Wien, 24. März 2012
- Enzensberger, Hans Magnus, 1983: Der Triumph der Bild-Zeitung oder Die Katastrophe der Pressefreiheit, in: Merkur 420 (1983), S. 651-659
- Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, 2000: Politische Kommunikation in Deutschland. Botschaften zwischen Illusion und Inszenierung, Jg. 13, H. 3
- Franck, Georg, 1998: Ökonomie der Aufmerksamkeit, München, dtv
- Gaebler, Bernd, 2012: Wie es wirklich war mit Wulff und den Medien, online unter www.zeit.de/politik/deutschland/2012-02/wulff-ruecktritt-medien/komplettansicht
- Hoffjann, Olaf, 2001: Journalismus und Public Relations. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten, Wiesbaden
- Imhof, Kurt, 2011: Die Krise der Öffentlichkeit, Frankfurt/M.
- Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.), 1998: Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch, Opladen, Wiesbaden
- Luhmann, Niklas, 1996: Die Realität der Massenmedien, Opladen
- Lütgert, Christoph, 2012: Christian Wulff und der Pakt mit dem Teufel, online unter www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/82/christian-wulff-und-der-pakt-mit-dem-teufel.html
- Medium-Magazin, Ausgabe 03/2012
- Meyrowitz, Joshua, 1990: Die Fernsehgesellschaft, Weinheim, Basel, 2 Bde.
- Michal, Wolfgang, 2012: BILD, du Schwert und Schild des deutschen Volkes!! Erlöse uns!, online unter www.wolfgangmichal.de/?p=1544
- Niggemeier, Stefan, 2012: Die Salami-Taktik der „Bild-Zeitung“, online unter www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/o,1518,809778,00.html

- Pfetsch, Barbara, 2000: Strukturbedingungen von Politik in den Medien: Die Perspektive von politischen Sprechern und Journalisten. In: Niedermeier, Oskar/Westle, Bettina (Hg.): Demokratie und Partizipation. Festschrift für Max Kaase, Opladen, S. 211-232
- Röttger, Ulrike (Hg.), 2009: PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, Wiesbaden
- Sarcinelli, Ulrich (Hg.), 1998: Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Bonn
- Schatz, Heribert/Rössler, Patrick/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.), 2002: Politische Akteure in der Mediendemokratie. Politiker in den Fesseln der Medien?, Wiesbaden
- Schweiger, Wolfgang, 2007: Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung, Wiesbaden
- Stern.de, 2012: Ein Bobbycar als Staatsaffäre, online unter www.stern.de/politik/deutschland/medien-und-wulff-ein-bobbycar-als-staatsaffaere-1775420.html
- Süddeutsche.de, 2012: Wulff drohte „Bild“-Journalisten mit Strafanzeige, online unter www.sueddeutsche.de/politik/bundespraesident-in-not-wulff-drohte-mit-strafanzeige-gegen-bild-journalisten-1.1248384
- Wendelin, Manuel, 2011: Medialisierung der Öffentlichkeit. Kontinuität und Wandel einer normativen Kategorie der Moderne, Köln
- Westerbarkey, Joachim, 2000: Das Geheimnis. Die Faszination des Verborgenen, Berlin

Über die Autoren

Dr. Hans-Jürgen Arlt, Jg. 1948, hat zur Zeit eine Gastprofessur für Strategische Organisationskommunikation an der Universität der Künste in Berlin.

Stationen: Studium in München und Erlangen Politische Wissenschaften, Geschichte, Philosophie und Soziologie, anschließend Redakteur der Nürnberger Nachrichten, zwischen 1990 und 2003 leitete er die Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB). Kontakt: h-j.arlt@gmx.de; www.kommunikation-und-arbeit.de

Dr. Wolfgang Storz, Jg. 1954, Redakteur, Publizist, Lehrbeauftragter an der Universität Kassel, Medien- und Kommunikationsberater.

Stationen: Studium an den Universitäten Konstanz und Tübingen, politischer Korrespondent in Bonn (1985 bis 1995), jahrelange Tätigkeit in Aus- und Fortbildung, Leiter Politik- und Nachrichtenredaktion bei der Badischen Zeitung, Korrespondent/Autor für Die Woche und das Deutsche Allgemeine Sonntagsblatt, Chefredakteur und Medienberater bei der IG Metall, stellvertretender Chefredakteur und Chefredakteur bei der Frankfurter Rundschau (2000 bis 2006). Kontakt: stobad@aol.com

Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz sind auch Autoren weiterer Studien, die bei der Otto Brenner Stiftung erschienen sind:

Wirtschaftsjournalismus in der Krise.

Zum massenmedialen Umgang mit Finanzmarktpolitik,
Arbeitsheft 63, Frankfurt/Main 2010

Drucksache „Bild“ – Eine Marke und ihre Mägde.

Die „Bild“-Darstellung der Griechenland- und Eurokrise 2010,
Arbeitsheft 67, Frankfurt/Main 2011

Mehr Infos: www.bild-studie.de

Bestellungen oder download: www.otto-brenner-stiftung.de

Die Otto Brenner Stiftung ...

... ist die gemeinnützige Wissenschaftsstiftung der IG Metall. Sie hat ihren Sitz in Frankfurt am Main. Als Forum für gesellschaftliche Diskurse und Einrichtung der Forschungsförderung ist sie dem Ziel der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Ausgleich zwischen Ost und West.

... initiiert den gesellschaftlichen Dialog durch Veranstaltungen, Workshops und Kooperationsveranstaltungen (z. B. im Herbst die OBS-Jahrestagungen), organisiert internationale Konferenzen (Mittel-Ost-Europa-Tagungen im Frühjahr), lobt jährlich den „Brenner-Preis für kritischen Journalismus“ aus, fördert wissenschaftliche Untersuchungen zu sozialen, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischen Themen, vergibt Kurzstudien und legt aktuelle Analysen vor.

... macht die Ergebnisse der geförderten Projekte öffentlich

zugänglich und veröffentlicht z. B. die Ergebnisse ihrer Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“. Die Arbeitshefte werden, wie auch alle anderen Publikationen der OBS, kostenlos abgegeben. Über die Homepage der Stiftung können sie auch elektronisch bestellt werden. Vergriffene Hefte halten wir als PDF zum Download bereit.

... freut sich über jede ideelle Unterstützung ihrer Arbeit. Aber wir sind auch sehr dankbar, wenn die Arbeit der OBS materiell gefördert wird.

... ist zuletzt durch Bescheid des Finanzamtes Frankfurt am Main V (-Höchst) vom 6. Dezember 2011 als ausschließlich und unmittelbar gemeinnützig anerkannt worden. Aufgrund der Gemeinnützigkeit der Otto Brenner Stiftung sind Spenden steuerlich absetzbar bzw. begünstigt.

Unterstützen Sie unsere Arbeit, z. B. durch eine zweckgebundene Spende

Spenden erfolgen nicht in den Vermögensstock der Stiftung, sie werden ausschließlich und zeitnah für die Durchführung der Projekte entsprechend dem Verwendungszweck genutzt.

Bitte nutzen Sie folgende Spendenkonten:

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zum Schwerpunkt:

- Förderung der internationalen Gesinnung und des Völkerverständigungsgedankens

Konto: 905 460 03	oder	161 010 000 0
BLZ: 500 500 00		500 101 11
Bank: HELABA Frankfurt/Main		SEB Bank Frankfurt/Main

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zu den Schwerpunkten:

- Angleichung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland (einschließlich des Umweltschutzes)
- Entwicklung demokratischer Arbeitsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa
- Verfolgung des Zieles der sozialen Gerechtigkeit

Konto: 905 460 11	oder	198 736 390 0
BLZ: 500 500 00		500 101 11
Bank: HELABA Frankfurt/Main		SEB Bank Frankfurt/Main

Geben Sie bitte Ihre vollständige Adresse auf dem Überweisungsträger an, damit wir Ihnen nach Eingang der Spende eine Spendenbescheinigung zusenden können. Oder bitten Sie in einem kurzen Schreiben an die Stiftung unter Angabe der Zahlungsmodalitäten um eine Spendenbescheinigung. Verwaltungsrat und Geschäftsführung der Otto Brenner Stiftung danken für die finanzielle Unterstützung und versichern, dass die Spenden ausschließlich für den gewünschten Verwendungszweck genutzt werden.

Aktuelle Ergebnisse der Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“

- **OBS-Arbeitsheft 71**
Hans-Jürgen Arlt, Wolfgang Storz
„Bild“ und Wulff – Ziemlich beste Partner
Fallstudie über eine einseitig aufgelöste Geschäftsbeziehung
- **OBS-Arbeitsheft 70**
Andreas Kolbe, Herbert Hönigsberger, Sven Osterberg
Marktordnung für Lobbyisten
Wie Politik den Lobbyeinfluss regulieren kann
- **OBS-Arbeitsheft 69**
Sandra Siebenhüter
Integrationshemmnis Leiharbeit
Auswirkungen von Leiharbeit auf Menschen mit Migrationshintergrund
- **OBS-Arbeitsheft 68**
Bernd Gäbler
„... und unseren täglichen Talk gib uns heute!“
Inszenierungsstrategien, redaktionelle Dramaturgien und Rolle der TV-Polit-Talkshows
- **OBS-Arbeitsheft 67**
Hans-Jürgen Arlt, Wolfgang Storz
Drucksache „Bild“ – Eine Marke und ihre Mägde
Die „Bild“-Darstellung der Griechenland- und Eurokrise 2010
- **OBS-Arbeitsheft 66**
Rainer Weinert
Berufliche Weiterbildung in Europa
Was Deutschland von nordeuropäischen Ländern lernen kann
- **OBS-Arbeitsheft 65**
Burkart Lutz unter Mitwirkung von Holle Grünert, Thomas Ketzmerick und Ingo Wiekert
Fachkräftemangel in Ostdeutschland
Konsequenzen für Beschäftigung und Interessenvertretung
- **OBS-Arbeitsheft 64**
Brigitte Hamm, Hannes Koch
Soziale und ökologische Verantwortung
Zur Umsetzung des Global Compact in deutschen Mitgliedsunternehmen
- **OBS-Arbeitsheft 63**
Hans-Jürgen Arlt, Wolfgang Storz
Wirtschaftsjournalismus in der Krise
Zum massenmedialen Umgang mit Finanzmarktpolitik
- **OBS-Arbeitsheft 62**
Ingeborg Wick
Soziale Folgen des liberalisierten Weltmarkts für Textil und Bekleidung
Strategien von Gewerkschaften und Frauenorganisationen
- **OBS-Arbeitsheft 61**
Hajo Holst, Oliver Nachtwey, Klaus Dörre
Funktionswandel von Leiharbeit
Neue Nutzungsstrategien und ihre arbeits- und mitbestimmungspolitischen Folgen

OBS-Arbeitsheft 71

„Bild“ und Wulff – Ziemlich beste Partner

www.otto-brenner-stiftung.de