

»Fake News«, Medienfälschungen, Grubenhunde. Fälschungsfallen im Journalismus und in den Medien

Walter Hömberg

Abstract

Man kann die Geschichte der Medien auch – sozusagen gegen den Strich – als Geschichte von Falschmeldungen betrachten. Manchmal dauert es Jahrzehnte, ja Jahrhunderte, bis diese aufgedeckt werden. Der folgende Essay geht besonders spektakulären Fällen nach. Journalisten und Journalistinnen werden sowohl als Täter als auch als Opfer dargestellt. Der Autor beschreibt die wunden Punkte der Massenmedien und analysiert die großen Fälschungsskandale der vergangenen Jahrzehnte. Nicht nur die Gesinnungsmedien, auch die Geschäftsmedien sind anfällig für falsche Knüller. Die Fortführung der Qualitätsdebatte im Journalismus und die Diskussion von professionellen Standards, ethischen Prinzipien und fachlichen Kompetenzen bleiben notwendig.

König Ludwig II., der bayerische Regent mit der größten Öffentlichkeitswirkung bis heute, hielt nicht viel von Journalisten. Umso überraschender war ein Artikel über »Ludwig of Bavaria«, der im November 1886, kurz nach dem Tod des Königs, in der angesehenen amerikanischen Zeitschrift *Lippincott's Monthly Magazine* erschien. Der Verfasser Lew Vanderpoole berichtete darin über eine Privataudienz beim König, der ihn im Februar 1882 für ein Interview empfangen habe. Der Artikel fand nicht zuletzt wegen einiger markanter persönlicher Aussagen große Aufmerksamkeit und wurde bis vor kurzem auch von Historikern immer wieder zitiert. »Königlich-bayerische Fake News« – unter diesem Titel machte die *Süddeutsche Zeitung* am 21. Oktober 2017 plausibel, dass die ganze Geschichte höchstwahrscheinlich erlogen ist. Der belgische Privatgelehrte Luc Roger konnte nachweisen, dass der Autor Vanderpoole ein Schwindler war, der in New York wegen literarischen Betrugs verklagt und verhaftet worden war.

Medienlügen haben manchmal also sehr lange Beine. So ging 1780 eine Meldung durch viele zeitgenössische Gazetten, dass im Bistum Hildesheim

das Kaffeetrinken verboten sei und dass die dazu notwendigen Gerätschaften zerstört werden müssten. Diese Information, die auch in diverse Geschichtswerke Eingang fand, konnte erst nach zwei Jahrhunderten als Falschmeldung entlarvt werden.

Seit geraumer Zeit geistert das Schlagwort »Lügenpresse« durch die öffentliche Debatte. Von der sprachkritischen Aktion wurde dieser Begriff 2014 zum Unwort des Jahres gewählt. Wenig bekannt ist, dass der Begriff eine lange Tradition hat, die bis ins frühe 19. Jahrhundert zurückreicht. Im Ersten Weltkrieg wurde er für die Auslandspresse verwendet und später dann für ideologische und politische Gegner. Kommunisten wandten sich gegen die »Lügenpresse der Bourgeoisie«, Nationalsozialisten gegen die »jüdisch-marxistische Lügenpresse«. Heute wird der Begriff gern von Rechtsextremisten verwendet, die sich pauschal gegen die sogenannten »System-Medien« wenden. Dahinter stehen Verschwörungstheorien und ein genereller Konspirationsverdacht.

Durch Donald J. Trump ist der Begriff »Fake News« auch bei uns populär geworden. Der amerikanische Präsident stigmatisiert mit diesem Kampfbegriff die kritische Berichterstattung der professionellen Journalisten. »Sie gehören zu den unehrlichsten Menschen auf der Erde«, sagte er am Tag nach seiner Amtseinführung zu den Medienleuten. Damit setzte er die Journalistenschelte fort, die er im Wahlkampf begonnen hatte. Er selbst bevorzugt die ungefilterte Kommunikation per Twitter und ist damit der erste Staatschef, der permanent die sogenannten Social Media für seine Zwecke einsetzt.

Der Kommunikationsraum Internet ist gegen Falschmeldungen am wenigsten gefeit. Jedermann kann hier zum Sender werden. Beispiele gibt es genug: Seit dem Flugzeugangriff auf das World Trade Center in New York am 11. September 2001 schwirren Verschwörungstheorien und Wandersagen durch das Netz. Auch nach dem Attentat am Münchner Olympia-Einkaufszentrum, beim Terroranschlag auf die Synagoge in Halle und jüngst in der Corona-Krise hatten kommunikative Falschmünzer Hochkonjunktur.

Der preußische General Clausewitz hat festgestellt: »Ein großer Teil der Nachrichten, die man im Kriege bekommt, ist widersprechend, ein noch größerer ist falsch und bei weitem der größte einer ziemlichen Ungewißheit unterworfen.« Bei der Beobachtung der Massenmedien ist allerdings auch in Friedenszeiten Skepsis angebracht. Der Journalismus ist ein soziales System, das Fehlleistungen in allen Bereichen des öffentlichen oder privaten Lebens unerbittlich an den Pranger stellt, aber für eigene Fehlleistungen weitgehend blind ist. Ein Sprichwort sagt: »Im Hause des Gehängten spricht man nicht vom Strick.« Vielleicht ist das der Grund, warum Falsch-

meldungen und Medienfälschungen im Journalismus selten thematisiert werden. Auch die Kommunikationswissenschaft hält sich hier auffällig zurück.

Im Folgenden geht es um »Fake News« von Journalisten. Dabei sollen Fälschungsfallen ganz unterschiedlicher Art identifiziert und analysiert werden.

Die Originalitätsfalle

Auch die sogenannten Qualitätsmedien sind gegen Fälschungen nicht immun: Ihr wunder Punkt heißt Originalität. Das Magazin *Der Spiegel*, das nicht zuletzt durch seine investigativen Erfolge über viele Jahrzehnte Profil gewonnen hat, konnte in der Titelgeschichte seiner Weihnachtsausgabe 2018 mit einer sensationellen Enthüllung aufwarten: Es ging um einen der größten publizistischen Fälschungsskandale der Nachkriegszeit – diesmal leider im eigenen Haus. Der Autor – Ullrich Fichtner, leitender Redakteur im Ressort Gesellschaft und damals designerter Chefredakteur – muss einräumen, dass das Magazin über Jahre dubiose Reportagen veröffentlicht hat.

In der »Hausmitteilung« jener Ausgabe heißt es: »Unser Kollege Claas Relotius hat sich nicht auf die Recherche verlassen, sondern seine Fantasie eingesetzt, hat sich Zitate, Szenen, Personen ausgedacht, um viele seiner Geschichten besser, spannender wirken zu lassen.« Der Verfasser der Titelgeschichte konzentriert sich auf den Täter und folgt damit dem auch sonst im Blatt dominierenden Prinzip der Personalisierung – die Systemfrage bleibt ausgeblendet. Wie konnte das in einer personell hochgerüsteten Printredaktion geschehen, deren Gründer und langjähriger Herausgeber die Aufgabe des Magazins mit der militärischen Metapher »Sturmgeschütz der Demokratie« beschrieben hat? Und zwar in einem Medienunternehmen, das sich immer seiner legendären Dokumentationsabteilung mit mehr als 60 hochspezialisierten Mitarbeitern gerühmt hat? Eine externe Untersuchungskommission und die folgende öffentliche Debatte haben auf diese Fragen manche Antworten geliefert.

Relotius hat über Jahre hin im *Spiegel* und in mehreren anderen renommierten Printmedien den Erwartungserwartungen der Aufmerksamkeitsökonomie entsprochen und »runde« Geschichten geliefert. Der Originalitätsdruck hat dann zu einer Vermischung von Fakten und Fiktionen geführt. Für seine quasi literarischen Texte hat dieser Autor, der übrigens von Kollegen als besonders bescheiden und hilfsbereit beschrieben wird, immer

wieder Bestätigung erhalten – etwa zwanzig Journalistenpreise zeugen davon (freilich auch davon, dass ausschließlich von Journalisten besetzte Juries ohne Distanz zum eigenen Metier nur zu leicht einem modischen Mainstream folgen).

Der Fall erinnert an einen amerikanischen Vorläufer: Am 28. September 1980 veröffentlichte die *Washington Post* eine eindrucksvolle Reportage über einen achtjährigen Jungen, den der Liebhaber der Mutter durch eine Heroinspritze drogenabhängig gemacht habe. Die Öffentlichkeit reagierte mit einer Welle des Mitleids. Viele Leser wollten helfen – die Redaktion jedoch weigerte sich, die wahre Identität des Pseudonyms »Jimmy« zu lüften. Sieben Monate später wurde Janet Cooke, die Verfasserin, mit dem angesehensten amerikanischen Journalistenpreis, dem Pulitzer-Preis, ausgezeichnet. Neue Nachforschungen ergaben schließlich, dass die Autorin nicht nur ihren eigenen Lebenslauf gefälscht, sondern auch die ganze Geschichte erfunden hatte. Sie musste den Preis zurückgeben. Relotius, der eine hohe zweistellige Zahl von Reportagen gefälscht hatte, musste später viele seiner Preise zurückgeben.

Ein Paradebeispiel bot auch das *SZ-Magazin*. Aufsehen erregte diese Freitagsbeilage der *Süddeutschen Zeitung* nicht nur durch stilistische Brillanz und gelungene Optik, sondern auch durch unkonventionelle Interviews mit Hollywoodgrößen wie Sharon Stone, Kim Basinger und Brad Pitt. Diese Interviews, geliefert von dem in Los Angeles lebenden Reporter Tom Kummer, offenbarten Erstaunliches aus dem Seelenleben der Stars. Sie waren »exklusiv« im doppelten Sinn: nämlich außergewöhnlich – und frei erfunden.

Nach dem Auffliegen der Fälschungsfälle versuchte sich Kummer als Medientheoretiker. Er charakterisierte seine Arbeitsweise als Montage aus verschiedenen Quellen und rückte sie in die Nähe der »Konzeptkunst«. »Alles demontieren, alles dekonstruieren fand ich toll, besonders bei einem Mainstream-Medium wie dem Journalismus, das offensichtlich nach sehr klaren Vorstellungen funktionieren muss«, so formulierte Kummer 2001 in einem Interview. Sein eigenes Berufsverständnis fasste der Autor schon im Jahre zuvor in dem Begriff »Borderline-Journalismus« zusammen.

Man mag solche Ausführungen als Manifest des Konstruktivismus lesen. Oder auch als Montage-Anleitung einer Nachgeburt des literarischen Journalismus. Jedenfalls: Die redaktionellen Abnehmer der Kummer-Texte hätten gewarnt sein können, da dieser Mitarbeiter schon vorher einschlägig aufgefallen war. Aber der Speck in der Originalitätsfalle duftete wohl zu verlockend ...

Die Quotenfalle

Am 23. Dezember 1996 verurteilte die 12. Große Strafkammer des Landgerichts Koblenz den 38-jährigen Michael Born wegen Betrugs, Urkundenfälschung, Volksverhetzung und weiterer Delikte zu vier Jahren Haft. Er hatte zwischen 1990 und 1995 mehreren deutschsprachigen Fernsehsendern fast zwei Dutzend gefälschter Filme verkauft. Die meisten davon waren vom Boulevardmagazin *Stern TV* auf *RTL* ausgestrahlt worden.

Die Beweisaufnahme des Gerichts offenbarte ein erhebliches Mitverschulden der verantwortlichen Redakteure von *Stern TV* und des Moderators Günther Jauch: Sie hatten die Richtigkeit der makaber-skurilen Storys weder bezweifelt noch gar überprüft. Und die handwerklich primitiven Requisiten (spiegelverkehrte Hakenkreuze, ein aufgeklebter Vollbart und Ähnliches) wurden schlicht (oder: gern?) übersehen. Born konnte seine Filmfälschungen leicht platzieren, weil er sich marktkonform verhielt.

Betrug am Zuschauer? Natürlich – aber ein solcher ist bisher strafrechtlich nicht relevant. Bestraft wurde der Betrug an der Redaktion – obwohl diese doch von steigenden Einschaltquoten und höheren Werbeeinnahmen profitiert hatte. Die *taz* kommentierte: »Die wahren Täter in den Sendeanstalten können sich [...] zurücklehnen – ihr Schuld-Outsourcing hat sich bestens bewährt: Bestraft wurde der Kleindealer und nicht die Paten.«

In einem autobiografischen Bericht schreibt der Filmfälscher: »Wurde früher aus propagandistischen und politischen Gründen gelogen, so geschieht dies heute aus Quotengeilheit und Profitgier. Ich, Michael Born, habe gelogen, für einige meiner Berichte Bilder aufgehottet, heißer gemacht. Im heutigen Medium Fernsehen nichts Ungewöhnliches, eher die Regel als die Ausnahme. Als Kriegsreporter und engagierter Journalist hatte ich einst im Libanon begonnen, machte seit Mitte der 80er Jahre so ziemlich jeden Krieg mit. Doch einigen Medienmachern reichten Bilder von sterbenden Kindern eben nicht mehr aus. Sie wollten das Unmögliche. Und was sie wollten, das bekamen sie dann auch: Unglaubliches! Sensationelles! Infofiktion!« Auch wenn man mit Skepsis betrachten mag, dass sich der Täter hier als Medienkritiker profilieren will – der Fall zeigt, dass die betroffenen Fernsehmagazine nicht nur Opfer, sondern auch (Mit-)Täter waren.

Die Auflagenfalle

Der Quoten-Falle im Fernsehen entspricht bei der Presse die Auflagenfalle. Erfundene Interviews mit Prominenten haben hier ihre Ursache. Ein frühes

Opfer war die persische Ex-Kaiserin Soraya, deren Name dann zur Gattungsbezeichnung einer Gruppe von Regenbogenblättern wurde: Am 29. April 1961 druckte *Das Neue Blatt* ein »Exklusiv-Interview« mit Soraya, das eine freie Mitarbeiterin frei erfunden hatte. Ein ähnliches Schicksal erlitt später – neben manchen anderen – Prinzessin Caroline von Monaco.

Die einschlägige Rechtsprechung sorgte im Laufe der Jahre für stark steigende Schadenersatzsummen für solche Verletzungen der Persönlichkeitsrechte, ohne dass gefälschte Interviews damit ausgerottet werden konnten. Noch im Dezember 2018 druckte der *Playboy* ein Interview mit dem italienischen Filmkomponisten Ennio Morricone, in dem er den amerikanischen Regisseur Quentin Tarantino als »absoluten Chaoten« charakterisiert und als »Kretin« bezeichnet. Diese Kollegenbeschimpfung war eine Erfindung des Interviewers. Er musste einräumen, dass er zentrale Teile des Gesprächs falsch wiedergegeben und den Text mit erfundenen Beleidigungen »aufgehottet« hatte.

Medienfälschungen beschäftigen nicht nur die Gerichte, sondern auch den Deutschen Presserat. Ein besonders guter Kunde war die Zeitschrift *Coupé*, die seit 1991 mehr als 15 Rügen dieses Selbstkontrollgremiums einstecken musste. Diese »junge Illustrierte«, wie sie sich selbst bezeichnet, hat sich unter anderem auf gestellte Fotos spezialisiert. Das Medienmagazin *Journalist* enthüllte im November 1995: »Ein Leverkusener Komparse hielt lange Kontakt mit dem Verlag und tauchte in dessen Blättern auch diverse Male auf. Auf den Fotos war er – mit Balken vor den Augen – mal als Pfarer zu sehen, der Kinder sexuell mißbraucht hatte, mal als Unfallopfer, das von einer Betonplatte erschlagen worden war, mal als Straßenbahnschaffner, der ein Kind überfahren hatte ...« Dies erklärt wohl auch, warum im Impressum Verantwortliche für die Ressorts »Maske« und »Casting« genannt wurden.

Im Übrigen liegt der redaktionelle Schwerpunkt von *Coupé* im Bereich von Sex, Erotik und Intim-Beichten. Liza und Mark, Peter, Tina, Jürgen, Heidi, Tom, Katja und viele andere Akteure geben tiefe Einblicke in das weite Feld zwischen Lovestory und Liebeskummer, und sie geizen nicht mit Stellungstipps und Orgasmustricks – und dann und wann findet sich auch der bescheidene Hinweis: Name von der Redaktion geändert. Das Rezept des Blattes lautet offenbar: Sex sells – and lies too! Solche Reiz-Medien folgen einem einfachen Prinzip: Sie wollen mit möglichst wenig redaktionellem Aufwand einen möglichst großen Ertrag an Aufmerksamkeit und Auflage erzielen.

Auch die angeblichen Hitler-Tagebücher, die als Weltsensation angekündigt waren, sollten die Auflage steigern. Sie haben dem *Stern* dann

allerdings einen Vertrauensverlust eingebracht, von dem er sich bis heute nicht erholt hat. Immerhin: Dieser spektakuläre Fälschungsfall war die Vorlage für die brillante Komödie »Schtonk« von Helmut Dietl. Für die angekündigte Verfilmung des Relotius-Falles liegt also die Messlatte sehr hoch, wobei es sich hier freilich eher um eine Medientragödie handelt.

Die Aktualitätsfalle

»Robbie holte Show aus dem Koma« – unter dieser Schlagzeile berichtete das Wiener Boulevardblatt *Österreich* am 4. Dezember 2010 über die Fernsehsendung »Wetten, dass ..?« vom Vorabend. »Robbie Williams und Take That wieder vereint und das auf der Gottschalk-Couch. Eine Premiere: Robbie trat in der Show zweimal auf, einmal solo und dann mit Band«.

In Wirklichkeit verlief die Sendung ganz anders. Kurz nach Beginn stürzte Wettkandidat Samuel Koch beim Sprung über ein entgegenkommendes Auto, das sein Vater steuerte. Die Live-Übertragung wurde abgebrochen. Die angekündigten Auftritte von Robbie Williams und weiteren prominenten Gästen blieben den geschockten Zuschauern erspart. Bittere Ironie dieser Falschmeldung: Der verletzte Student musste nach sofortiger Operation in der Düsseldorfer Uni-Klinik in ein künstliches Koma versetzt werden. Noch heute leidet er an den Folgen des schweren Unfalls.

Der Verfasser des Artikels war in die Aktualitätsfalle getappt: Er hatte seinen Beitrag »kalt« geschrieben und bereits vor dem Ereignis in Druck gegeben. Auf ähnliche Weise sind Kritiken zu Musikkonzerten und zu Theateraufführungen veröffentlicht worden, die nie stattgefunden haben. Auch die Veröffentlichung falscher, weil vorzeitig publizierter Wahlergebnisse, gehört in diese Kategorie.

Besonders heikel sind Falschmeldungen über Todesfälle, von denen nicht selten auch Prominente betroffen waren. Mark Twain, dem dies in Amerika widerfahren war, bekam auf seine Beschwerde vom zuständigen Redakteur die Antwort: »Was gedruckt ist, ist gedruckt. Wir nehmen nie etwas zurück. Diese Blöße geben wir uns nicht. Alles, was wir tun können, ist, eine neue Geburtsanzeige von Ihnen einzusetzen. Preis: Ein Dollar!«

Die Instrumentalisierungsfalle

Waren die geschilderten Fälle vor allem Beispiele für gezielte journalistische Inszenierungen, so sind die Medien bei einem anderen Typ von Falsch-

meldungen Opfer politischer Instrumentalisierung. Insbesondere autoritäre und totalitäre Regime haben sich hier hervorgetan.

Die Fälschungsmethoden der Faschisten, Stalinisten und Maoisten haben bis in unsere Tage hinein gelehrige Schüler gefunden. Neu ist, dass zur Produktion von Feindbildern inzwischen immer häufiger PR-Agenturen eingesetzt werden. Ein frühes Beispiel bot der westafrikanische Bundesstaat Nigeria. Dieser volkreichste Staat Afrikas erhielt 1960 die Unabhängigkeit. Ethnische, religiöse und soziale Spannungen führten sechs Jahre später zum blutigen Putsch. Der Militärgouverneur der von Ibos bewohnten Ostregion rief diese 1967 zum unabhängigen Staat Biafra aus. Biafra kämpfte freilich nicht nur mit Gewehren, sondern auch mit Waffen einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit. Die von Biafra beauftragte Genfer PR-Agentur Markpress versorgte die europäischen Medien mit einschlägigem Propagandamaterial.

Biafra wurde planmäßig mit Stereotypen besetzt, die in Westdeutschland Sympathie und Hilfe mobilisieren sollten. Solche Stereotypen boten etwa die Begriffe »Christ«, »Flüchtling«, »Hunger«, »Blockade« und »Bombenopfer«. Die Meldung, dass die Biafraner Ratten essen »müssen«, unterstrich die Grausamkeit der nigerianischen Zentralregierung – Fotos davon gingen um die ganze Welt. Ekel und Abscheu waren die Folge. Dass das Fleisch der Ratte in Westafrika zu den begehrtesten Delikatessen gehört, davon war in diesen Propagandaberichten natürlich nicht die Rede.

Gräuelpropaganda ist seit dem Mittelalter ein probates Mittel psychologischer Kriegsführung. So lancierte die britische Agentur Hill & Knowlton während des Golfkrieges von 1991 die Horrormeldung, »daß irakische Soldaten dreihundertzwoölf Babys aus ihren Brutkästen genommen und auf dem kühlen Krankenhaus-Fußboden von Kuwait-Stadt hatten sterben lassen«. Diese Story, als deren Quelle später die minderjährige Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA präsentiert wurde, war der besonders wirk-same Teil einer millionenschweren Kampagne, mit der die Agentur ein Feindbild des Irak aufbauen und verstärken sollte.

Nicht nur Horror-Szenarien, auch Helden-Storys können hier hilfreich sein. So wurde im Dritten Irak-Krieg die amerikanische Gefreite Jessica Lynch zu einer Ikone der Tapferheit stilisiert. Die »dramatische Rettungs-aktion« dieser jungen (und hübschen) Dame aus einem irakischen Spital am 2. April 2003 entpuppte sich später als veritable Inszenierung. Laut Aussagen eines Arztes des betreffenden Krankenhauses hatten die Soldaten Saddams schon einen Tag vor der spektakulären Befreiungsaktion das Weite gesucht, und es kam dabei zu keinem Schusswechsel. Die von den Medien berichtete Vergewaltigung und Misshandlung wurde von Jessica Lynch ebenfalls nicht bestätigt.

Auch in späteren Konflikten wurden ganze Propaganda-Kompanien in Stellung gebracht. Kriege werden immer auch an der Kommunikationsfront geführt – siehe etwa die jahrelangen Auseinandersetzungen in der Ukraine und in Syrien.

Die Kompetenzfalle

Die Massenmedien waren häufig nicht nur Mittel, sondern auch Ziele von Falschmeldungen. Als Pionier auf diesem Gebiet hat sich der Wiener Ingenieur Arthur Schütz einen Namen gemacht. Am 17. November 1911 schrieb er, wie er sich später erinnert, »unter dem Zwange eines mir selbst unbegreiflichen Impulses in einem Zuge, wie im Fieber, den haarsträubendsten technischen Unsinn, der mir gerade einfiel, in der Form eines Erdbebenberichtes an die *Neue Freie Presse* nieder. Alles an diesem Berichte war Spott und Hohn, und nichts als ein Höllenwirbel hirnrissiger Verkupplung aller technischen Begriffe«.

Am nächsten Morgen stand jener Artikel in dem Wiener Prestigeblatt. Als Autor angegeben ist ein Dr. Ing. Erich Ritter von Winkler, Assistent der Zentralversuchsanstalt der Ostrau-Karwiner Kohlenbergwerke. In diesem völlig absurden Nonsens-Bericht stand auch der Satz: »Völlig unerklärlich ist jedoch die Erscheinung, daß mein im Laboratorium schlafender Grubenhund schon eine halbe Stunde vor Beginn des Bebens auffallende Zeichen größter Unruhe gab«.

Was hatte der Verfasser gemacht? Er hatte, sozialwissenschaftlich gesprochen, ein Feldexperiment gemacht. Er ging dabei von der Hypothese aus, dass ein Bericht aufgenommen werde, sobald er nur »im Gewande der Wissenschaft schillere und von einem gut klingenden Namen gekennzeichnet sei« sowie »den ausgefahrenen Gedankenbahnen des Publikums und der Mentalität des Blattes entspreche«. Diese Hypothese, die ihn als einen Vorläufer moderner Massenkommunikationsforschung ausweist, konnte er verifizieren, dieses Mal und noch viele weitere Male. Schütz bereicherte die wissenschaftlich-technische Zivilisation in der Folge

- um ovale Wagenräder und feuerfeste Kohlen,
- um Degeneratoren und Seilrillen,
- um Imprägnierungsanlagen für eichene Ridialholznieten und um kupferne Isolatoren,
- um plombierte Zahnräder, Betonwürmer, Paraffinzündholzfabriken und viele andere Innovationen.

Bereits Agricola hat in seinem wichtigen Werk über den Bergbau, 1556 unter dem Titel »De re metallica« erschienen, aufs Genaueste jenen hölzernen Laufwagen beschrieben, den die Bergleute als »Hund« bezeichnen. Seit Schütz ist dies ein pressetypologischer Begriff geworden. Im Unterschied zur sogenannten Zeitungs-Ente, der schlichten Falschmeldung, haben die sogenannten Grubenhunde eine medienpädagogische Mission. Ihre Züchter wollen die mangelnde Kompetenz der Journalisten aufdecken, wollen ihre Ignoranz züchtigen.

Arthur Schütz ist 1960 gestorben. Die Grubenhunde leben weiter. Bis heute verbellen diese trojanischen Tiere mit den vier Rädern ihre Beute mit Vorliebe innerhalb der wissenschaftlich-technischen Berichterstattung. Da finden wir dann Meldungen über die erste erfolgreiche Prostata-Transplantation oder über Rindomaten-Zellen, eine gelungene Fusion von Pflanzen- und Tierzellen, die die Herstellung von Hamburgern ungemein erleichtert.

Die Gen-Thematik hat seit mehreren Jahren Konjunktur, und da reagieren Redaktionen geradezu reflexartig. »Genmanipulierter Mais wird sechs Meter hoch« betitelte 1989 die Hannoversche *Neue Presse* einen fünfspaltigen Aufmacher auf ihrer Niedersachsen-Seite. Die Wunderpflanze »hat den doppelten Vorteil, daß wir das Hungerproblem in Ländern der Dritten Welt lösen und eine enorme Biomasse produzieren können, die der Klimakatastrophe entgegenwirkt«. Der verantwortliche Redakteur verstand nicht nur nichts von der Gentechnik, sondern er hatte auch ein Ironiezeichen übersehen: Als Ort für die beschriebene »Ansiedlung der Bundesanstalt für angewandte Gentechnologie (BAGT) im Landkreis Lüchow-Dannenberg« war »Klein Gullen« angegeben. Und im Windschatten des Klon-Schafs »Dolly« präsentierten verschiedene Medien das Klon-Huhn »Britney«, in dessen Eiern – angeblich – Proteinverbindungen für die Produktion von Krebsmedikamenten schwimmen sollten.

Traditionell große Aufmerksamkeit genießt in den Medien das Thema Medizin. Deshalb hat sich der Unternehmensberater Christian M. auf dieses Gebiet spezialisiert. Er kontaminiert Fachinformationen mit eigenen Fantasien und faxt sie dann an die Redaktionen von Publikumszeitschriften. Die Abdruckerfolge sind beachtlich: So erfand er 1992, als der Computervirus »Michelangelo« durch die Presse geisterte, den »Tastatur-Pilz«. Ein Professor Stöttner vom »Institut für Medizinische Sicherheit von Büro- und Datengeräten« in Düsseldorf warnte vor dem Pilz, der zur Versprödung der Fingernägel, zu Taubheit der Fingerkuppen und zu Hustenreiz führen könne. Auch Meldungen wie »Alzheimer durch Sonnenbaden« und »Grüner Star durch Techno-Musik« wurden gedruckt. Bei der Köderkonstruktion verhält sich Christian M. ähnlich wie Arthur Schütz. Mal tritt er auf als

Strahlenforscher, mal als Mitarbeiter einer Außenstelle der Saaruniversität. Prominenz und Fachkompetenz garantieren eben Aufmerksamkeit in den Medien.

Welche Chancen haben Grubenhunde in Zeiten des Internets? Das wollte eine Diplomarbeit an der Universität Eichstätt testen: Am 1. Juli 2004 berichtete eine Presseinformation, die per E-Mail verbreitet wurde, von der Entdeckung eines menschlichen Sex-Gens durch eine Forschergruppe des Münchner Arthur-Schütz-Instituts. Viele Anfragen, darunter einige Bitten um Interviews mit dem Leiter des Forschungsprojekts, waren die Folge. Drei Medien berichteten in enger Anlehnung an die Pressemeldung von dieser »wissenschaftlichen Sensation«. Da aber einige Redaktionen den Fake schon nach kurzer Zeit entlarvten, blieb ein größeres Medienecho für das Sex-Gen aus. Ergebnis dieses Experiments: Das Internet ist als Kommunikationsraum hervorragend geeignet, um Falschmeldungen zu lancieren. Aber das *World Wide Web* ermöglicht auch, diese durch quellenkritische Recherche schnell aufzudecken.

Fazit

Das Spektrum an »Fake News«, die man auch in professionellen Medien findet, ist groß. Es wurden ganz verschiedene Typen vorgestellt. Dabei ging es

- um Fälle, in denen Journalisten selbst gefälscht haben;
- um Fälle, in denen Journalisten und Redaktionen Opfer von – vor allem politischer – Instrumentalisierung geworden sind;
- um Fälle, in denen Journalisten und Redaktionen von Grubenhunden gebissen worden sind.

Falschmeldungen in den Medien haben sehr unterschiedliche Ursachen. Gemeinsam ist ihnen, dass sie gegen berufliche Normen im Journalismus verstoßen. Dabei ignorieren sie häufig mehrere Normen zugleich: sowohl die Verpflichtung zur wahrheitsgemäßen Berichterstattung als auch die Norm professioneller Recherche und Gegenrecherche, die Sorgfaltspflicht und die Pflicht zur Kontrolle von Informationen. Der Reporter Juan Moreno, der die Lügenmärchen von Relotius aufgedeckt hat, formuliert als Credo: »Journalismus fußt für mich auf einer nichtfiktionalen, empirisch überprüfbaren Faktizität«.

Andererseits befördern aber auch journalistische Normen Falschmeldungen. Hier ist in erster Linie die Aktualitätsnorm zu nennen. Die professionelle Situation von Journalistinnen und Journalisten ist durch die Forderung nach und die Erwartung von Aktualität bestimmt. Der Journalismus ist in ganz besonderer Weise ein Zeit-Beruf. Er steht unter dem Druck der Periodizitätssequenzen, die im historischen Verlauf immer kürzer geworden und bei den Live-Medien Hörfunk, Fernsehen und Online auf null geschrumpft sind. Mit der zeitlichen Distanz zum Berichtsobjekt schwindet die Möglichkeit zur gründlichen Recherche, zum Gegencheck, zur Einordnung – das System Journalismus wird für Fehler immer anfälliger.

Seit Ende des 16. Jahrhunderts sind grafische Darstellungen überliefert, die im Vordergrund den Postreiter mit Pferd oder Kutsche zeigen – er bringt die Nachrichten in großer Eile. Im Hintergrund sieht man den hinkenden Boten, häufig in Bauerntracht und mit Klumpfuß dargestellt – er korrigiert dann die Falschmeldungen des Postreiters. Wer korrigiert den Live-Reporter neben der Satellitenschüssel?

Die Fehlersensibilität ist inzwischen zumindest in den Qualitätsmedien gewachsen. Viele Zeitungen haben nach US-amerikanischem Vorbild Korrekturspalten eingerichtet, in denen auch kleine Fehler richtiggestellt werden. Bei einigen Rundfunksendern wurden eigene *Fact-Checking*-Abteilungen installiert, die insbesondere das audiovisuelle Material überprüfen. Dies ist auch bitter nötig in Zeiten, wo Bild- und Ton-Manipulationen ein Kinderspiel sind.

Zu den Bedingungen der Möglichkeit von Falschmeldungen und Medienfälschungen gehören auch die Aufmerksamkeitsfilter der Medien, und zwar sowohl die allgemeinen Nachrichtenfaktoren als auch die besondere Linie beziehungsweise Grundorientierung des jeweiligen Blattes oder Senders. Hier vor allem liegen die blinden Flecke, auf die Arthur Schütz aufmerksam gemacht hat.

Zu seiner Zeit haben die Gesinnungsmedien dominiert. Schütz hat seine Köder entsprechend präpariert – und die Redaktionen haben angebissen. Heute dominieren die Geschäftsmedien. Die Art der Köder wird dabei vor allem durch den Druck der Auflagen- und Einschaltzahlen bestimmt. Es ist ein gefährliches Gebräu aus Recherchemängeln, Aktualitätsdruck und Sensationsgier, das die Geschäftspresse und die Kommerzsender anfällig macht für falsche Knüller.

Zu unserem Thema liefert die Qualitätsdebatte im Journalismus manche Erkenntnisse. Seit drei Jahrzehnten wird sie auch von Kommunikationswissenschaftlern intensiv geführt. Die wichtigsten Prinzipien hat allerdings ein kluger Privatgelehrter schon vor über dreihundert Jahren formuliert. Er

fordert von den Zeitungen einen engen Bezug zur Wirklichkeit: Der Journalist dürfe keine Lügen und eigene Erfindungen verbreiten, sondern nur, was »alles sich so und anders nicht begeben habe.« Er müsse »das Wichtige und Weitausgehende von Lappalien zu unterscheiden« wissen, also die Relevanz von Nachrichten richtig einschätzen. Er müsse seine Quellen kritisch prüfen und »unparteyisch« sein. Und die Informationen in einem flüssigen, verständlichen Stil vermitteln: »Wortwandlungen oder Blumwerk gehören in die Zeitungen nicht – so wenig wie Poetische Grillen und neu erfundene Worte.« Dies fordert Kaspar Stieler in seiner Schrift »Zeitungs Lust und Nutz«, erschienen im Jahre 1695.

Der Verfasser greift im vorstehenden Essay auf einige früher veröffentlichte Beiträge sowie auf sein umfangreiches Archiv von publizistischen Fälschungen zurück. Das Literaturverzeichnis enthält ausgewählte Hinweise auf Bücher und Aufsätze zum Thema.

Literatur

- Albrecht, Peter (1983). Die Karriere einer Zeitungssente von 1780. *Publizistik*, 28, 382-389.
- Beyer, Susanne & Kurbjuweit, Dirk (2018). *Hausmitteilung. Betr.: Der Fall Claas Relotius*. Der Spiegel, 52, 3.
- Born, Michael (1997). *Wer einmal fälscht ... Die Geschichte eines Fernsehjournalisten*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Brodnig, Ingrid (2017). *Lügen im Netz. Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren*. Wien: Brandstätter.
- Clausewitz, Carl von (1969). *Vom Kriege*. Hrsg. von Wolfgang Pickert und Wilhelm Ritter von Schramm. Pfaffenhofen.
- Gehrs, Oliver (24. Dezember 1996). *Nichts begriffen. TV-Fälscher Michael Born zu vier Jahren verurteilt*. Die Tageszeitung, 5112, 10.
- Hömborg, Walter (2002). Nachrichten-Dichter. Journalismus zwischen Fakten und Fälschung. In: Nawratil, U.; P. Schönhagen & H. Starkulla jr. (Hrsg.), *Medien und Mittler sozialer Kommunikation. Beiträge zu Theorie, Geschichte und Kritik von Journalismus und Publizistik. Festschrift für Hans Wagner* (289-306). Leipzig: Universitätsverlag.
- Hömborg, Walter (2004). Qualitätsfallen im Journalismus. Alte Gefährdungen und neue Herausforderungen. *Die politische Meinung*, 49(411), 10-16.
- Hömborg, Walter & Stumpf, Andreas (2008). Die wahre Fälschung. Auf den Spuren von Arthur Schütz als Pionier der journalistischen Qualitätsforschung. In: Pörksen, B.; W. Loosen & A. Scholl (Hrsg.), *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg* (375-387). Wiesbaden: VS Verlag.

- Kampfner, John (2003). The truth about Jessica. *The Guardian*, 15. Mai 2003. Abgerufen von <https://www.theguardian.com/world/2003/may/15/iraq.usa2>.
- Kratzer, Hans (2017). *Königlich-bayerische Fake News*. Süddeutsche Zeitung, 243, R 17.
- Kummer, Tom (1997). »Good morning, Los Angeles«. *Die tägliche Jagd nach der Wirklichkeit*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Kummer, Tom (2000). »Implosion des Realen.« Interview von Marianne Wellershoff. *Der Spiegel*, 21, 110.
- Lilienthal, Volker & Neverla, Irene (Hrsg.) (2017). »Lügenpresse«. *Anatomie eines politischen Kampfbegriffs*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- MacArthur, John R. (1993). *Die Schlacht der Lügen. Wie die USA den Golfkrieg verkauften*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Moreno, Juan (2019). *Tausend Zeilen Lüge. Das System Relotius und der deutsche Journalismus*. Berlin: Rowohlt Berlin.
- Neue Presse (1989). Genmanipulierter Mais wird sechs Meter hoch. Erster Freilandanbau der Bundesrepublik. *Neue Presse*, 27, 9.
- Schütz, Arthur (1996). *Der Grubenhund. Experimente mit der Wahrheit*. Hrsg. und eingeleitet von Walter Hömberg. München: Reinhard Fischer.
- Seufert, Michael (2008). *Der Skandal um die Hitler-Tagebücher*. Frankfurt am Main: Scherz.
- Siegel, Philipp (1995). Fälscher-Werkstatt. *Journalist*, 11, 50-52.
- Stieler, Kaspar (1969). *Zeitungs Lust und Nutz. Vollständiger Neudruck der Originalausgabe von 1695*. Hrsg. von Gerd Hagelweide. Bremen: Schünemann.
- Suter, Martin. Begabter Hochstabler. Darin Interview mit Tom Kummer. *Das Magazin* (Beilage zum Tages-Anzeiger 10. November 2001), 45, 18-27.
- von Zütphen, Thomas (1997). »Journalisten glauben alles«. Mit frei erfundenen Meldungen narrt ein Spaßvogel als selbsternannter Medienwächter immer wieder Nachrichtenagenturen und Zeitungen. *Focus*, 13, 203-204.
- Zieser, Gernot (1971). Die Propagandastrategie Biafras im nigerianischen Bürgerkrieg (1967-1970). Eine Modelluntersuchung zur interkulturellen Kommunikation zwischen Entwicklungs- und Industrieländern. *Publizistik*, 16, 181-193.