

Rudolf Maresch

Öffentlichkeiten außer Rand und Band  
Erneuern Schmutz und Schlamm, Schimpf und Schande unsere zerstreuten  
Öffentlichkeiten? Und schreiben sich dadurch ganz nebenbei neue  
Rechtsverhältnisse an?

The time is out of joint  
Hamlet

Was ist los auf, in und mit den bundesdeutschen Prints und Screens? Die öffentlichen Foren und Kanäle scheinen außer Rand und Band. Über vormals hofierte und von Medien gehypte Sternchen, Stars und Prominente ergießt sich Kübel weise Hohn und Spott. Und das zur Unterhaltung, Ablenkung und Belustigung eines darüber noch irritierten und verdutzten Publikums.

Vor allem auf einige ehemalige Lieblinge aus Film, Sport und Unterhaltung haben es gewisse Medienmacher abgesehen, auf jene, die vor Jahresfrist noch zu Markennamen avancierten und denen eine geradezu kultische Verehrung seitens der Medien zu teil wurde. Urplötzlich wird gegen sie eine mediale Treibjagd veranstaltet. Aus der Presse erfahren die Umjubelten von einst, welch unfähige, betrügerische und weinerliche Gestalten sie doch letztlich sind. Beispiele gefällig? Kein Problem! Aus Franziska van Almsick, dem umjubelten Schwimmgirl der Wendejahre, machte die BZ über Nacht den Molch "Franzi van Speck". Und das alles wegen eines verkorksten Rennens bei der Olympiade in Sydney. Dem Fußballlehrer Rehhagel sagte die Pfälzer Regionalpresse ein tiefes Zerwürfnis seiner siebenunddreißigjährigen Ehe nach. Und das alles, um den dickschädeligen Trainer endlich aus dem Amt zu jagen. Den künftigen Bundestrainer Christoph Daum brachte Uli Hoeneß, Manager von Bayern München mit betrügerischen Immobilien-Deals, Drogensucht und wilden Sexpartys in Zusammenhang. Und das alles nur aus hehren Absichten heraus, zum Wohl des deutschen Fußballs.

Der mit dem Titel "Manager des Jahres" jüngst ausgezeichnete Hoeneß wollte mit seinen öffentlich bekundeten Bedenken etwaigen Schaden vom hohen Amt des Bundestrainers abwenden, obgleich er es vor noch nicht allzu langer Zeit selbst für unwichtig erklärt hatte. Der verleumdete und öffentlich an den Pranger gestellte Fußballlehrer tauchte hingegen nicht ab wie "König" Otto oder Franzi, um sich und das familiäre Umfeld zu schützen. Sondern Daum ging in die Offensive, er stellte sich nach einigem Zögern tapfer allen Verleumdungen, Verdächtigungen und

Anfeindungen, die in der Presse über ihn öffentlich verbreitet wurden. Obgleich niemand seine Kokainsucht oder seine Beziehungen zum Rotlicht-Milieu belegen konnte, blieb dem öffentlich diskreditierten Daum aufgrund der Medienhatz, die ein Verbund von Funktionären und Medien entfacht hatte, nichts anderes übrig, als das durch die Ankläger auf den Kopf gestellte bundesdeutsche Rechtssystem wieder ins Lot zu bringen. Nicht der Ankläger musste den Schuldnachweis für seine Behauptungen führen, der verdächtige Daum stand plötzlich in der Pflicht, den Nachweis für die Haltlosigkeit dieser Anschuldigungen zu erbringen. Bei einer offiziellen Pressekonferenz vergangenen Montag erklärte sich der so in die Enge getriebene Daum bereit, der Öffentlichkeit Einsicht in seine Blut- und Urinwerte zu gewähren und sich einer notariell beglaubigten Haaranalyse zu unterziehen.

Handelt es sich bei all dem nur um eine zufällige Anhäufung singulärer Ereignisse, die vom Tagesgeschäft der Medien und anderen Aktualitäten bald wieder verdrängt und vergessen sein werden? Beispielsweise vom Börsencrash und dem Krieg im Nahen Osten? Oder machen diese von mir wahllos, aber mit Bedacht ausgewählten Vorkommnisse der jüngsten Tage und Wochen auf einen neuen Trend oder gar auf eine neue Qualität in der öffentlichen Auseinandersetzung aufmerksam? Werfen sie ein ebenso bemerkenswertes wie bedenkliches Licht auf die Erregungsqualität und Resonanzfähigkeit vernetzter Echtzeitöffentlichkeiten? Anders gefragt: Gibt die massive Verbreitung von Hohn, Schimpf und Schande uns Anlass, eine neue Form von Öffentlichkeit ins Auge zu fassen? Erneuern sich die jüngst als "zerstreut" gedeuteten Öffentlichkeiten ([www.zerstreute-oeffentlichkeiten.de](http://www.zerstreute-oeffentlichkeiten.de), sowie den Kommentar dazu: Hochmobiles Nichtverstehen) aus einem Amalgam von Schmutz, Schund und Schlamm? Rekonstruieren sich unsere Öffentlichkeiten, nachdem die rasonierenden Bürger ausgeblieben sind und die proletarischen Gegenöffentlichkeiten sich in repräsentative oder "koschere" Teilöffentlichkeiten (Florian Rötzer) verflüchtigt haben, über und durch Skandale und Intrigen, üble Gerüchte und die Austragung von Schlammschlachten?

Wenn diese Beobachtung stimmt und einige Plausibilität hat, was bedeutet das dann für den öffentlichen Diskurs? Auf welche Debatten müssen wir uns einstellen? Wer sind die Drahtzieher, Nutznießer, Mitspieler und Opfer dieser erneuerten Öffentlichkeiten? Ist das Mehr von Schmutz, Schimpf und Schande selbst ein raffinierter Medieneffekt? Oder handelt es sich bei diesen Metastasen doch bloß um einen weiteren Dreh an der Spirale medialer Modernisierung, um Nachholung und

Anpassung mithin an das, was seit Monicagate, Reality-Soaps und Container-TV geläufig ist: die Zurschaustellung und exzessive öffentliche Kommunikation des Privaten und Intimen (Das Private ist politisch).

### Überhitzte Medienöffentlichkeiten und ihre Opfer

Noch sind diese jüngsten Geschichten zu frisch, als dass wir sie genauer einordnen und deuten könnten. Für tiefergehende Analysen und eine präzise Ausdeutung dieser ist es in diesem Stadium der Entwicklung sicher noch zu früh, zumal die Motiv- und Interessenlagen der einzelnen Parteien differieren und durch mediale Verbreitung und Aufbereitung zusätzlich verdunkelt werden. Wer vermag hinterher noch zu sagen, was der Auslöser oder der Effekt, was Mittel oder Zweck eines Gespötts, einer Rufschädigung oder der öffentlichen Demontage eines Gegners, Rivalen oder Kontrahenten gewesen ist.

Durch ihre Aufzeichnung, Verarbeitung und Verbreitung, durch Zustellung, Rezeption und Kommunikation sind die News soweit mit sozialen Zusätzen, mit Meinungen und Urteilen, Kommentaren und Wertungen "verunreinigt" oder "verschmutzt", dass die Rückverfolgung und der Zugriff auf die Quelle oder den sozialen Urheber einer Nachricht für den Beobachter oder das Publikum nahezu ausgeschlossen sind. Weswegen man in solchen Fällen dann gern von der Eigendynamik des Medialen spricht und die Metapher der "Lawine" ins Spiel bringt, die da losgetreten wurde und auf ihrem Weg ins Tal nun nicht mehr zu stoppen ist. Währenddessen sie alles mit sich reißt, was sich ihr in den Weg stellt, kommt es meist zur gegenseitigen Schuldzuweisung. Medienmacher und Politiker, Journalisten und Vereinsvertreter, Kommentatoren und Lobbyisten beschuldigen sich gegenseitig, den Skandal oder die Schlammschlacht ausgelöst zu haben.

Dennoch, meine ich, sind diese Beispiele ein Fingerzeig, mit welchen Mitteln und auf welchem Niveau um Posten, Personen und Positionen gefeilscht wird und wie wir uns den Ablauf künftiger sozialer Auseinandersetzung vorzustellen haben, wenn Medien für oder gegen Personen, Meinungen und Interessen Partei ergreifen und die mediatisierte Öffentlichkeit die Bühne bietet, um solche Vernichtungsfeldzüge gegen missliebige Personen, Gruppen oder Verbände zu führen. Rascher als wir denken, werden wir von Dritten zu Zeugen und Schiedsrichtern gezielter Schmutz- und Rufmordkampagnen bestellt. Und das umso häufiger, sollte sich unter den Akteuren erst mal herumgesprochen haben, wie leicht erregbar und reizbar

Medienöffentlichkeiten für bestimmte Stimuli sind, wie empfänglich sie auf persönliche Diffamierungen, Verleumdungen und Verdächtigungen reagieren, und wie problemlos sie sich für persönliche Attacken eignen.

Was immer der tiefere Grund für diese jüngste Überhitzung öffentlicher Foren auch sein mag, auf zwei Dinge machen sie gewiss aufmerksam: Medien blasen, erstens, Personen solange zu Engeln, Göttern und Ikonen auf, bis sie übergewichtig werden und fallen. Nach Gebrauch werden sie wie eine heiße Kartoffel fallen gelassen. Misslingt ein Neuaufbau, werden sie endgültig der medialen Vergessenheit überantwortet. Pluralität und Heterogenität der Medienformen sind, zweitens, alles andere als Hindernisse, um Kampagnen anzuzetteln, mediale Selbstläufer zu erzeugen und etwaige Konkurrenten oder Gegner unter mediales Sperrfeuer zu setzen. Im Gegenteil: Durch Vernetzung und die Möglichkeit der unmittelbaren Kommunikation von Nachrichten erhöhen sich sogar die Wahrscheinlichkeiten, dass ein geschickt platziertes Gerücht, das Publizieren einer unbewiesenen Behauptung auf einer Website, die beiläufige Kommentierung eines Verdachts vor einem Mikro, die Infragestellung charakterlicher Eigenschaften einer Person, der Steinwurf auf eine Synagoge an Gedenktagen, das provokante Zeigen eines verbotenen Symbols, das laute Nachdenken über Folgen der EU-Osterweiterung usw. den gewünschten medialen Flächenbrand auslösen. Je greller, ungewöhnlicher und dumpfer die Nachricht ist, desto schneller und schriller springen Medienöffentlichkeiten darauf an. Die Medienmaschinerie kommt in die Gänge, ein medialer Sturm bricht los. Reporter schwärmen aus, Telefondrähte laufen heiß, Server brechen zusammen. Es kommuniziert und rauscht auf allen Prints und Screens.

Der labile Zustand, in den die medialen Oberflächen geraten, wird durch die eine oder andere Enthüllung und Dementierung, spitze Bemerkung und brüske Zurückweisung, Meinungsumfrage und Ehrbezeugung zusätzlich aufgeheizt. Die Erregungsquanten, die Reporter, Betroffene und Publikum unter Dauerstress setzen, flauen erst dann wieder ab, wenn Opfer präsentiert werden, es also zu Rücktritten, Entlassungen oder Demissionen kommt, Köpfe rollen und Stellen von Personen neu zu besetzen sind. Man könnte demnach sagen: Opfer von Personen sind der Preis oder die Gegengabe, um überhitzte Kommunikationen und Öffentlichkeiten zu normalisieren. Oder härter ausgedrückt, wenn man einen Vergleich mit der Blutrache, wie sie in Albanien praktiziert wird, riskieren will: Nach dem Mord fällt die Schande der rächenden Familie weg.

## Verdrängungswettbewerb bei prominenten Themen und Menschen

In der Politik oder in der Wirtschaft ist die Kommunikation über Affären, Skandale und Kampagnen nichts Neues (Ein Zombie schlägt zurück). Weswegen sich über die illegalen Praktiken des Herrn Kohl wirklich nur journalistische Tugend- und Sittenwächter aufregen konnten. Dass das öffentliche Interesse an der Nennung anonymer Spender und Spenden, die Kohl großzügig an politische Freunde oder in politische Bedrängnis geratene Parteikader verteilt hat, weitgehend erlahmt ist, verwundert deshalb niemanden so recht. Ein Neuentflammen dieses Interesses wird weder dem parlamentarischen Untersuchungsausschuss noch investigativem Journalismus gelingen.

Das Thema ist "durch", wie die Branche sagt. Das Publikum "weiß", dass Politiker hin und wieder korrupt sind und vernetzte Seilschaften bilden; es "weiß", dass Politik ein "schmutziges Geschäft" ist und sich solche Vorkommnisse, siehe Frankreich, wiederkehren. Überraschend wäre es nur, wenn es anders wäre, die Politik tatsächlich das Wohl des Bürgers im Auge hätte und Abgeordnete Tag und Nacht ans Wahlvolk denken würde. Das Drama um schwarze Konten im Ausland und an der Steuer vorbei geschmuggelte Gelder haben dieses vermeintliche Wissen des Publikums nur noch mal bestätigt. Trotz solcher Affären und Skandale hat man sich in der Politik aber bislang an ein informelles Versprechen gehalten. Über das Privatleben von Politikern schweigen sich Journalisten und Medienleute öffentlich aus. Dieser Bereich ist eine Tabuzone. Fehlleistungen von Politikern werden nur hinter vorgehaltener Hand mündlich goutiert, aber nicht publik gemacht.

So verhielt es sich bis vor wenigen Wochen auch im Sport. Obwohl fortgesetztes Doping und ständiger Betrug von Athleten zum Alltagsgeschäft gehören, Korruption und Günstlingswirtschaft bis in die höchsten Sportgremien Einzug gehalten hat, hielt sich im Sport der Glaube an Fairplay besonders hartnäckig und wider besseren Wissens. Anders als im Showbiz etwa, wo das böse Gerücht, individueller Neid und die Schlammschlacht zum Geschäft gehören. Ich erinnere nur an Mia Farrow, die mit Woody Allen, und er mit ihr, einen wochenlangen Rosenkrieg in und mit den Medien führte, und beide dabei vor dem Gebrauch miesester Tricks, persönlicher Unterstellungen und Verdächtigungen nicht zurückschreckten. Am Liebesleben und an den Eitelkeiten dieser Leute teilzuhaben, ist Teil des Business und Verpflichtung für das Publikum. Ein Heer von Presseleuten und Medienmachern lebt von der voyeuristischen Lust des Publikums. Und die Berühmtheiten und Möchtegerns kehren

bereitwillig ihr Innerstes nach Außen, sie heben vor aller Augen Kleider und Röcke oder vollführen Handstände nackt, um in den Klatschspalten der Presse zu erscheinen.

Neu ist vielleicht, dass die Konjunktur und der wachsende Boom von Reality-TV, Doku-Soaps und Containerkultur eine neue Zahl von Promis hervorbringt, die auf einen mit Stars bereits gesättigten Markt drängen. Seitdem tummeln sich dort zu viele Heroen, Sternchen und Stars, die um Werbebudgets und Erwähnung in den betreffenden Magazinen wetteifern. Ein Verdrängungswettbewerb findet statt. Weshalb alte Zöpfe abgeschnitten werden und Versager das Feld räumen müssen, Medien aber dabei die Entdeckung machen, dass nicht nur mit Helden und Göttern Auflage gemacht und Einschaltinteresse erzeugt werden kann, sondern mehr noch mit deren Demontage und Zerstörung.

#### Sport - Speerspitze des Hyperkapitalismus

Trotzdem man in den 90er Jahren eine enge Verbindung mit der Unterhaltungsbranche eingegangen ist, hat man sich im Sport an diesen Ehrenkodex bislang gehalten. Das Öffentlichmachen privater Verfehlungen, abnormer Neigungen oder intimer Vorlieben unterblieb. Skandale und Affären, die es gab, beschränkten sich auf den sportlichen oder fachlichen Bereich. Die Privatperson, mithin all das, was sich hinter der sozialen Funktion verbirgt, blieb bis vor wenigen Wochen unangetastet. Gerüchte kursierten nur unter vorgehaltener Hand. Dass sich gerade jetzt im sozialen Segment des Sports die Inszenierung privater Intrigen häufen, Versuche, den Ruf von Personen zu schädigen, mehr und dumpfes Raunen die Ohren und Augen der Presse auf den Plan rufen, mag nur den verwundern, der Sportnachrichten aus dem Newsticker bezieht und sich bloß für Politik, Kultur oder vielleicht noch für den Neuen Markt interessiert.

Der Sport, und dort insbesondere der Fußball, hat sich in den letzten Jahren zur Speerspitze eines rasend gewordenen Hyperkapitalismus gemausert. In keinem anderen Bereich sind Umsätze und Gehälter, der rasche An- und Verkauf von Teilkompetenzen und Funktionen, die Summen, die für Lizenzen, Übertragungs- und Exklusivrechte bezahlt werden, in den letzten Jahren derart ins Astronomische gestiegen wie im Fußball. Nirgendwo sonst ist der Erfolgs- und Leistungsdruck für Spieler, Trainer und Funktionäre höher, entscheiden Millisekunden oder Millimeter über Top oder Flop, über Weiterbeschäftigung oder Rauswurf wie in diesem

Geschäft; nirgendwo sonst haben sich Arbeitsverträge und Arbeitsbedingungen, der Handel mit Köpfen und Talenten so weit den Gesetzen des mobilen und flexiblen Kapitalismus angepasst wie dort; und nirgendwo sonst gelingt es leichter, Sponsoren, Kapital und Werbegelder zu akquirieren, kollektives Einschaltinteresse zu erzeugen und so herrliche Geschichten über Gewinner und Verlierer, Helden und Versager zu erzählen oder Bilder von großen Gefühlen, nationaler Begeisterung und formschönen Körpern zu transportieren wie durch das Geschehen auf dem Platz.

Um die mediale Aufmerksamkeit brauchen sich die Beteiligten kaum zu sorgen. Solange ein Übermaß an Bildern ausbleibt, der Markt nicht durch Übersättigung und grenzlose Gier der Vereine nach Millionen zerstört wird, schreibt sich dieses Interesse wie von selbst. Mobile Journalistentrupps und rasende Reporter belagern täglich auf der Jagd nach dem scoop das Trainingsgelände und den Kabinenraum; Topvereine unterhalten längst einen eigenen Kanal, auf dem rund um die Uhr die Fans umsorgt und über ihre Lieblinge berichtet wird; Expertenrunden debattieren in diversen Spartenkanälen über die Vorteile von Viererketten, über den "genialen" oder "tödlichen" Pass in die Spitze oder über den wehen Zeh oder das lädierte Knie eines Spielers.

Und weil das so ist, Milliarden von Euros zirkulieren, der mediale Rummel das Geschäft unter permanenten Kommunikationsdruck hält, und die Größen und Mächtigen der Branche sich alles andere als grün sind, war es nur eine Frage der Zeit, bis sich auch dort Schmähungen und Verleumdungen, Ehrverletzungen und Beleidigungen ausbreiten, die unter die Gürtellinie zielen und vor aller Öffentlichkeit ausgetragen werden.

### Anatomie einer Affäre

Insofern verdient es die Affäre Hoeneß-Daum, die den deutschen Profifußball derzeit erschüttert, ähnlich wie seinerzeit die oral history aus dem oval office, als Lehrstück für eine vollkommen überhitzte Öffentlichkeit gesehen zu werden, die durch den Verzehr von Schmutz, Schlamm und Schande außer Rand und Band geraten ist. Eine äußerst knappe Nachzeichnung des Falles belegt dies.

Die Branche, so wird schelmisch kolportiert, raunt seit fast "zehn Jahren" (Kaiser Franz) über Drogenkonsum und andere private Verfehlungen Christoph Daums. Trotzdem bestellten die Mächtigen des Fußballs unter Hintanstellung eigensüchtiger Interessen diesen Mann zum Oberlehrer des deutschen Fußballs. Das aber

sinnigerweise erst für das nächste Jahr. Er sollte und musste es sein, der den "Rumpelfußballern" (Kaiser Franz) das Stoppen des Balles, den feinen Pass und moderne Taktik beibringt, ihnen wieder Mores lehrt und die Angst ganz Fußballdeutschlands, bald Entwicklungsland im Milliardengeschäft Fußball zu werden, austreibt. Und weil dieser Bundeslehrer in spe die übliche Zurückhaltung seiner Vorgänger aufgab und gleich mächtig die Werbetrommel in eigener Sache rührte, von Talkshow zu Talkshow tingelte und mal da, mal dort einen lockeren Spruch zu Machiavelli, zu Statussymbolen von Spielern unter der Dusche und Motivationslagen satter Millionäre losließ, geriet er schnell zum Ärgernis für eine kleine, aber mächtige Clique fußballbesessener Bosse. Und zwar auch deshalb, weil ein rührender, bescheiden in der Öffentlichkeit agierender Übergangschef schnellen Erfolg mit seiner Fußballtruppe hatte. Plötzlich wurde, nachdem erste Gerüchte um dubiose Maklergeschäfte auftauchten, über die Eignung des zum "Retter" und "Erlöser" ausgelobten Daum diskutiert.

Uli Hoeneß, der Mann fürs Grobe, zündelte als erster Prominenter. Obgleich er anders als der Kaiser gar nichts von den Gerüchten um Christoph Daum gewusst haben will, lautverstärkte er angeblich nur den Zeitungsbericht der Münchner Abendzeitung über diese Gerüchte, schwirrte danach nach Marbella zum Golfen, um eine Woche später an den "Tatort" zurückzukehren, und verwundert über das, was er ausgelöst hatte, eine Pressekonferenz einzuberufen und sich dort als Unschuldslamm zu präsentieren. Die Medien trügen an allen diesen Wirrungen und Missverständnissen die Alleinschuld. Dass unterdessen die gesamte Bayernspitze Breitseiten gegen den Ungeliebten geschossen, in Kolumnen, Interviews und Pressemeldungen Haartest, Rücktritt oder Unschuldsbeweise verlangt hatten, unterschlug der Manager geflissentlich.

Neu an diesem Skandal, der zum ersten Mal eine Verkehrung des hiesigen Rechtsprinzips darstellte, war, dass auch seriöse Zeitungen auf diesen Zug aufsprangen und ohne Not Partei ergriffen. So tauchten, nachdem die Äußerungen von Hoeneß von der Presse aufgegriffen wurden, erste Kommentare auf, die dumpf über das eine oder andere "Vergehen" spekulierten. Nach Spielen wollten Moderatoren von Daum bald nichts mehr über Taktik, Aufstellung und Spielerkritik wissen, sondern nur noch, ob er sich wirklich noch wegen der zu erwartenden Beobachtung, Ausschlichtung und medialen Durchleuchtung seines privaten und

familiären Umfelds wagen wollte, Bundestrainer zu werden oder ob es nicht vielleicht sogar besser wäre, lieber gleich in die Türkei auszuwandern.

Als Daum auch diesen öffentlichen Anfeindungen standhielt, druckten auch seriöse Zeitungen Interviews mit Experten über das Für und Wider von Haartests. Zur selben Zeit durchleuchtete den Vorzeigespürhund in Sachen investigativen Journalismus, der vorher noch nie für das Sportressort geschrieben hatte, den Fall des "Schnupfers" und "Betrügers" von A bis Z. Darin kolportierte er auch ein Insiderwissen, wonach "eine solche Vorstellung", die Daum seinerzeit vor den DFB-Bossen abgegeben hatte, nicht mal "für den Job als Übungsleiter bei den Amateuren des FC Bayern München" gereicht hätte und mit Note "Sechs minus" bewertet worden wäre. Am Tag drauf las man die Forderung, dass es doch wohl endlich an der Zeit wäre, dass Daum sich eine Haarlocke ziehen lassen müsse, um Klarheit in dieser Affäre zu schaffen.

Seitdem die Bombe Anfang dieser Woche wie eine Seifenblase zerplatzt ist, blasen die Chefankläger und ihre redaktionellen Helfershelfer zum geordneten Rückzug. Der Verdächtige solle sich nicht so zieren, alles sei doch halb so schlimm, unter Sportlern komme das schon mal vor. Luftrauslassen aus dem Ballon und weiche Landung empfahl ein Kommentator, ein Friedensgipfel müsse her, auf dem sich die Beteiligten wieder die Hände reichen und richtig lieb haben sollten, forderten andere. Und plötzlich war wieder mal allein die Presse mit den großen Buchstaben schuld, so der Spürhund in einer Nachbetrachtung der Ereignisse.

Obwohl Daum diese Schlammschlacht vermutlich als moralischer Sieger verlässt, das angestrebte Amt des Bundestrainers ist er los, und zwar mit oder ohne Haartest. Sein Ruf und seine Autorität sind dahin. Weswegen die Aktion, von wem immer sie auch ausging, letztlich erfolgreich war. Die Mission, Daum zu verhindern, ist jedenfalls geglückt, um welchen Preis auch immer.

Jedenfalls muss jeder, der Anstand fordert, mit Heuchelei rechnen.  
Niklas Luhmann

Was lernen wir aus diesem Lehrstück? Gibt es mehr darüber zu sagen, als dass eine latente Feindschaft zwischen Personen und Vereinen öffentlich zum Ausbruch kam? Ich denke ja!

Erstens: In mediatisierten Öffentlichkeiten ist nicht mehr entscheidend, dass jemand etwas oder was jemand tut oder nicht macht, wichtiger ist vielmehr, wo und wie darüber kommuniziert wird.

Zweitens: Um Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens (Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport...) zu diskreditieren, muss man, wenn man ihnen fachlich nicht ans Leder kann, in ihrem Privatleben herumwühlen. Irgendetwas findet sich da immer. Kein Mensch ist frei von charakterlichen Defiziten und persönlichen Verstößen oder Fehlritten. Wer häufig in Kontakt mit Medien steht, kennt meist Reporter, denen man dann dieses Wissen zustecken kann. Hat dieser obendrein noch das Wissen und die Kraft, die Heimatredaktion von der Sprengkraft eines Gerüchts oder Verdachts zu überzeugen, lässt sich mit dem Publikwerden dieser Nachricht ein medialer Sturm entfachen. Die weitere Kommunikation in den übrigen Medien sorgt dafür, dass die News eine Eigendynamik gewinnen und Wirkung erzielt wird.

Drittens: Der gesellschaftliche Bedarf und das Interesse an moralisch und politisch korrekt auftretenden Personen ist enorm. Tendenz steigend. Die exzessive Kommunikation von Schmutz und Schlamm ist beileibe kein Widerspruch. Wenn man will, ist der Gentest die Kehrseite einer sich als "universale Wertegemeinschaft" gerierenden Weltgesellschaft. So paradox es auch klingen mag, Anstand und Sünde, Haltung und Abnormität schließen sich nicht aus, sondern ein, sie sind die zwei Seiten der selben Medaille. Und das gilt umso mehr in einem sozialen und von Medien dominierten Umfeld, das Anstand, Korrektheit und Moral inzwischen höher bewertet als Fachkompetenz, Klugheit und Durchsetzungskraft, das Leitbilder zum Maßstab individuellen Handelns erklärt und auf Verfehlungen wie ein Pawlowscher Hund reagiert.

Viertens: Gleich ob Schlammschlacht oder Medienkrieg, hinterher bleiben Opfer zurück, persönliche Verwundungen und individuelle Verletzungen. Stets trifft es den Beschuldigten. Manchmal geht der Schuss aber auch nach hinten los, der Angreifer ist plötzlich der Dumme. Auch dann noch, wenn er sich selbst zum Opfer stilisiert wie Hoeneß.

Wie sehr man sich auch mit Medien verbünden mag, ihre Wahrnehmungs-codes und Resonanzkörper zu durchschauen glaubt und daher versucht, die Öffentlichkeit für eigene Zwecke einzuspannen: letztlich bleibt doch ungewiss, was bei solchen Anzettlungen herauskommt, wer am Schluss Opfer ist und die Zeche bezahlen muss.

Öffentlichkeiten sind wie Donuts. Wer hineinbeißt, weiß nie genau, was da auf ihn wartet. Weder weiß er, was drinnen ist, noch weiß er, was dabei herauskommt: Pudding, Schokolade oder Marmelade. Es ist diese dumpfe Ungewissheit darüber, in welche Richtung die öffentliche Kommunikation tendieren wird, die Hoffnung macht. Die übel beleumundeten und von Medien zur Strecke gebrachten Opfer und Personen wird das aber kaum trösten.

PS: Eine genaue Chronologie der Ereignisse findet sich [hier](#).