

Mühsam gewonnen, schnell zerronnen - Richtet die Mediengesellschaft vorschnell über Reputation und Lebenswerk?

Thesenpapier von Kaevan Gazdar

*„Wer meinen Beutel stiehlt, nimmt Tand...
Doch wer den guten Namen mir entwendet,
Der raubt mir das, was ihn nicht reicher macht,
Mich aber bettelarm.“*
William Shakespeare

Edelmut kaschiert die Intrige. In Shakespeares Tragödie *Othello* wehrt sich Jago zunächst mit hehren Worten gegenüber dem Feldherrn Othello, den Ruf von Cassio, der ihm als Leutnant vorgezogen worden ist, zu beschädigen. Bald darauf aber wird er Cassio beschuldigen, mit Othellos Frau Desdemona Ehebruch zu begehen. Die Katastrophe nimmt ihren Lauf, Othello wird Desdemona erdrosseln und sich anschließend erstechen.

Das Zweifelhafte siegte während der Herrschaft von Elisabeth I. (1533-1603) nicht nur im Theater. Britannien eroberte die Weltmeere und die Protagonisten dieser beispiellosen Weltumspannung waren in der Regel schillernde Gestalten. Allen voran Sir Francis Drake: Entdecker, Freibeuter und zeitweiliger Sklaventransporteur. Als die Königin ihn anlässlich der Besichtigung seines Schiffes *Golden Hind* adelt, flüstert sie ihm zu: "Francis Drake, Ihr seid ein Schurke, und um meiner Ehre willen muss ich mich von Euch lossagen." Folgerichtig bittet sie den anwesenden französischen Gesandten, Drake statt ihrer den Ritterschlag zu erteilen. Drake war eben ein mehr als nützlicher Schurke, der im geheimen Auftrag ihrer Majestät die spanische Weltherrschaft unterminierte und in der Schlacht gegen die Große Armada eine führende Rolle spielte.

Auch in Kontinentaleuropa herrschten Persönlichkeiten, deren Ruf glänzend war, aber auch zweifelhaft wirkt. So beispielsweise der Oberbefehlshaber der kaiserlichen Streitkräfte im Dreißigjährigen Krieg, Albrecht von Wallenstein (1583-1634), der die Fronten wechselt, Gewinn aus der Münzverschlechterung zieht und Rechtsbruch begeht, als er Mecklenburg zu seinem Besitz macht. In sei-

ner *Wallenstein-Trilogie* schreibt Friedrich Schiller:
"Von der Parteien Gunst und Hass verwirrt/Schwankt sein
Charakterbild in der Geschichte."

Es waren vor allem Schriftsteller wie Schiller und Lessing, die das Aufkommen bürgerlicher Moralvorstellungen beeinflussten. In bürgerlichen Trauerspielen wie Lessings *Emilia Galotti* wird ein moralischer Anspruch formuliert, der Fürsten nicht schont. Die Prinzipien des vernünftigen Handelns - Fleiß, Sparsamkeit, Gewissenhaftigkeit und eine generelle Mäßigkeit - gelten für alle Mitglieder der Gesellschaft. Während Friedrich II. trotz eklatanter charakterlicher Defizite weitgehend unangefochten den Beinamen "der Große" führt, sind die Charakterisierungen seiner Nachfolger Friedrich Wilhelms II. ("der viel Geliebte"), III. ("der Zauderer") und IV. ("der Romantiker auf dem Thron") weitaus weniger schmeichelhaft. Die Moral wird zunehmend zum Machtmittel des Bürgertums, das sich zutraut, über den Leumund von Königen, Päpsten und Adligen zu urteilen.

Bürgerliche Moral und das Aufkommen von Skandalen

Bürgerlichen Moralvorstellungen entsprach auch die Gründergeneration der deutschen Unternehmer. Persönlichkeiten wie Werner von Siemens und August Borsig zeichneten sich durch ein solides Engagement für den Aufbau ihrer Unternehmen und ebenso durch Fürsorge für ihre Mitarbeiter aus. Ganz anders verlief die Entwicklung in den USA. Hier mutierten die "robber barons" wie Rockefeller, Astor und Carnegie, die mit wenig zimperlichen Methoden gigantische Vermögen anhäuften, später zu den großen Wohltätern des Landes. Von Andrew Carnegie ist der Satz "He who dies rich, dies disgraced" überliefert, der seine Gültigkeit wohl kaum verloren hat. Denn der Begründer von Microsoft Bill Gates entspricht mit seinen monopolistischen Geschäftspraktiken einerseits und seiner generös dotierten Stiftung andererseits dem Muster des Raubritters mit goldenem Herzen.

Nun fallen die Urteile über die deutschen Unternehmensgründer der ersten Generation möglicherweise deswegen so schmeichelhaft aus, weil sie vor dem Aufkommen einer Massenpresse gebildet wurden. Denn zu den Grundelementen des Skandals gehören neben dem Normbruch auch seine Aufdeckung und die breite öffentliche Empörung darüber. Bei dem ersten großen Skandal nach der Reichsgründung - er betraf den Eisenbahnkönig Bethel Henry Strousberg, der mit betrügerischen Finanzpraktiken den Bau von Eisenbahnen in Preußen und Rumänien betrieb - war es der liberale Politiker Eduard Lasker, der in einer Rede im Reichstag 1873 das rücksichtslose Spekulantentum Strousbergs anprangerte. Aber obwohl viele Mitglieder des preußischen Establishments die Projekte des Eisenbahngründers unterstützten und daraus einen erklecklichen Gewinn gezogen hatten, blieben die Parameter des Skandals auf die Person Strousbergs begrenzt. Nicht die Berichterstattung über Laskers Attacke, sondern erst die Festnahme des industriellen und Wirtschaft im Dialog

riellen Emporkömmlings in St. Petersburg zwei Jahre später beendete Strousbergs Karriere.

Ganz anders verlief eine Generation später der größte Skandal des Kaiserreichs, die Eulenburg-Affäre. Philipp Fürst zu Eulenburg-Hertefeld gehörte zum engsten Freundeskreis von Wilhelm II. und wurde 1906 von Maximilian Harden, Herausgeber der Zeitschrift *Die Zukunft*, unter anderem der Homosexualität bezichtigt. Eulenburgs Ruf wurde gründlich ruiniert; die Ausweitung des Skandals auf Kuno von Moltke, Eulenburgs "Schätzchen", führte zu einer Reihe von Kriegsgerichtsprozessen, in dessen Folge sechs Offiziere Selbstmord begingen. Wilhelm II. distanzierte sich schleunigst von den Betroffenen, ganz anders als sein Urahn, Friedrich II., der bei einem Sodomie-Fall in der Armee das Todesurteil revidierte und lakonisch vermerkte: "Das Schwein zur Infanterie versetzen."

Der Verdacht auf Homosexualität trieb ebenfalls Friedrich Alfred Krupp, Enkel des Gründers der Gussstahlfabrik, 1902 in den Tod. Krupp hatte auf Capri eine Höhle für "diverse Festivitäten" ausgebaut und weilte oft auf der Insel. Er hatte sich mit Fischern, Bootsführern und Freiseuren angefreundet und empfing Gäste in wallenden "Mönchsgewändern" zu opulenten Festen. Nun griff ihn die sozialistische Zeitung *La Propaganda* als einen "reichen degenerierten Ausländer" an, der sich junger Männer bediente, die "für ein paar Groschen sich zu den widerlichsten Lastern hergeben".

Der Wortschatz der in Neapel beheimatete Zeitung war auch für heutige Maßstäbe mehr als farbig; Krupp wurde mit Namen genannt und als ein Scheusal dargestellt, das "seinen bestialischen Instinkten zum Klang von Gitarren und Mandolinen huldigt". Schließlich berichtete die sozialdemokratische Zeitung *Vorwärts* über die Eskapaden des prominenten Rüstungsfabrikanten, der kurz danach aus dem Leben schied. Der Autor des *Vorwärts*-Artikels war im Übrigen der spätere bayerische Ministerpräsident Kurt Eisner, der nach Krupps Tod schweren Vorwürfen seitens seiner Genossen ausgesetzt war. Denn erst durch die Veröffentlichung in Deutschland wuchs der öffentliche Druck auf den Industriellen.

Imperator Öffentlichkeit: Mechanismen der Mediengesellschaft

In den hundert Jahren seit dem Krupp-Skandal hat sich die Macht der Medien noch exponentiell erhöht. Dies gilt spiegelbildlich auch für die Anzahl der Skandale, die jedes Jahr die deutsche Öffentlichkeit erschüttern. Symptomatisch für die Herrschaft der öffentlichen Meinung ist der Begriff Mediengesellschaft, der eingängig klingt, ohne dass bisher eine stichhaltige Definition dafür gefunden worden ist. Es sei denn, man empfindet definitorische Ansätze wie diese aus dem kommunikationswissenschaftlichen Sammelband *Mediengesellschaft* entnommene Erklärung als erhellend: "Wenn von 'Mediengesellschaft' die Rede ist, dann sind komplex ablaufende Kommunikationsprozesse Literatur und Wirtschaft im Dialog

angesprochen, die kulturelle, soziale, politische und -notabene - ökonomische Sachverhalte in einen strukturell verwobenen und darum nur schwer zu analysierenden Funktionszusammenhang bringen."

Die Realität der Mediengesellschaft ist weitaus sinnlicher, denn die Öffentlichkeit bildet eine Art Circus Maximus, in dem Gladiatoren siegen oder verlieren und wo der Volkskaiser seinen Daumen hebt oder senkt. Die Medien tragen zur Willkür durch das, was der Kommunikationsforscher Hans Mathias Kepplinger in seinem Buch *Die Mechanismen der Skandalisierung* die fehlende "Urteilskonstanz" nennt. Von Politikern, Managern, Interessenvertretern und anderen Berufsgruppen wird eine gewisse Urteilsfestigkeit erwartet und auch eingefordert; Journalisten hingegen müssen Urteilsänderungen nicht begründen. Gerade dies erklärt den von Kepplinger aufgespießten scheinbaren Widerspruch, dass gerade gesinnungsnahe Medien zu den ersten gehören, die den Daumen über Politiker und Regierungen senken. Die eher linksliberalen Periodika *Spiegel* und *Stern* registrierten den Niedergang der Regierung Brandt früher als andere Medien, während die härtesten Angriffe auf den früheren Ministerpräsidenten Baden-Württembergs Hans Filbinger in eher konservativen Zeitungen wie *Die Welt* und *Frankfurter Allgemeine Zeitung* veröffentlicht wurden.

Der Ruf von Politikern wie Wirtschaftsführern kann aus den unterschiedlichsten Gründen Schaden erleiden. Bei Filbinger handelt es sich um einen klassischen Fall von unbewältigter Vergangenheit. Angegriffen von dem wortgewaltigen Schriftsteller Rolf Hochhuth, der dem NSDAP-Mitglied die Todesurteile gegen Deserteure vorhielt, die er in den letzten Kriegsjahren gefällt hatte, leugnete Filbinger jegliche Schuld, verstrickte sich in Widersprüche und musste schließlich zurücktreten. Hochhuths Urteil "furchtbarer Jurist" brandmarkte Filbinger, der sich als Opfer einer Rufmordkampagne sah, sich fortan in rechtsgerichteten Kreisen bewegte und bis zu seinem Lebensende uneinsichtig blieb. Sinnigerweise wirkte seine Bloßstellung über den Tod hinaus, denn einer seiner Nachfolger, Günther Oettinger, blamierte sich erheblich, als er bei der Todesfeier Filbinger als einen Gegner des NS-Regimes bezeichnete. Oettinger wurde Geschichtsfälschung vorgeworfen, er wurde von Bundeskanzlerin Merkel öffentlich gerügt und musste sich ebenso öffentlich entschuldigen.

Sünden der Vergangenheit, Abweichung vom Konsens, aber auch Korruption oder Amtsmissbrauch, Hartherzigkeit oder Kaltschnäuzigkeit und eine Vielzahl anderer Ursachen können zur Rufschädigung einer bisher geachteten Person führen. Was skandalös ist, darüber entscheidet der Zeitgeist. Im Zeichen von popularitätssteigernden Bekenntnissen wie "Ich bin schwul - und das ist gut so" (Klaus Wowereit) sind Skandale wie bei Eulenburg und Krupp kaum denkbar. In Deutschland wohl gemerkt, denn in Ländern mit puritanischen Traditionen wie Großbritannien und den USA gehören Sexskandale zur Tagesordnung, überschatten die Lebensleistung und beenden Karrieren. Man denke an die

Lewinsky-Episode bei Präsident Clinton und an gestürzte Politiker wie Gary Hart und John Edwards.

Eine spezifisch deutsche Sensibilität betrifft den Umgang mit Finanzen, siehe die Flick- und Kohl-Parteispendenaffären, die in Ländern wie Italien kaum denkbar wären. Die Berlusconi-Ära könnte sogar epochal wirken, denn der Konnex Skandal-Rufschädigung-Rücktritt wird von einem Staatsmann mit dem Habitus eines Schmierkomödianten außer Gefecht gesetzt. Im Gegenteil: Die commedia buffa wird in Berlusconis Heimat, beflügelt freilich durch seine enorme Medienmacht, goutiert; die kleinen Gaunereien und sprachlichen Fauxpas steigern sogar die Beliebtheit des Bajazzos. Hier zeigen sich Spuren einer öffentlichen Amoralität, die weit in die Äras von Andreotti, Craxi und anderen skrupellosen Machtpolitikern zurückreicht.

Die Entstehung von Skandalen unterliegt kulturellen Normen und den Gesetzmäßigkeiten des Zeitgeistes. Der Ablauf der Skandalisierung hingegen vollzieht sich, so Steffen Burkhardt in seinem Buch *Medienskandale*, nach dem Muster einer antiken Tragödie.

Burkhardt erklärt dies anhand eines Fünf-Phasen-Modells und am Beispiel des Falles Michel Friedman:

Latenzphase: Friedman und andere Mitglieder des Zentralrats der Juden kritisieren den von Jürgen Möllemann geförderten Übertritt des Abgeordneten Jamal Karsli von den Grünen zur FDP; der gebürtige Syrier hatte sich mit antisemitischen Äußerungen hervorgetan. Möllemann warf Friedman vor, er würde mit seiner intoleranten, gehässigen Art den Antisemitismus in Deutschland fördern. Friedman ging aus dem Konflikt als moralischer Sieger hervor und wurde schlagartig bekannter.

Aufschwungphase: Einige Tage nach Möllemanns Freitod im Juni 2003 wurden Friedmans Kanzlei und Wohnung von der Polizei durchsucht. Hintergrund waren Ermittlungen wegen Menschenhandels im Rotlichtmilieu; dabei erwähnten mehrere Prostituierte aus der Ukraine, dass Friedman mit ihnen verkehrte, dabei Kokain einnahm und ihnen auch anbot. Entsprechende Kokainpäckchen wurden bei Friedman gefunden und eine Haarprobe ergab, dass er die Droge eingenommen hatte.

Klimax: Die öffentliche Empörung über den prominenten Journalisten und stellvertretenden Vorsitzenden des Zentralrats der Juden war enorm. Denn als Sohn von Holocaust-Überlebenden war Friedman für viele Journalisten unantastbar gewesen; nun war in der Zeitschrift *Stern* von der "klammheimlichen Genugtuung im Publikum" zu lesen, dass ausgerechnet diese moralische Instanz schwer gesündigt hatte.

Abschwungphase: Nach Friedmans öffentlichem Schuldbekennnis, seiner Akzeptierung einer Geldstrafe und seinem Rücktritt von allen öffentlichen Ämtern richtete sich das Medieninteresse auf seine Beziehung zum Fernsehstar Bärbel Schäfer. In aller Öffentlichkeit tauschte das Paar gegenseitige Bekenntnisse aus: Friedman entschuldigte sich, Schäfer verzieh und willigte in die Eheschließung ein.

Rehabilitationsphase: Ein Comeback glückte Friedman nicht. Die Journalisten goutierten die Selbstrehabilitierung nicht: "Wie der Chor in der griechischen Tragödie sprechen sie mahnende Schlussworte im Medienskandal", so Burkhardt.

Wo bleibt die Gerechtigkeit?

Friedmans Ruf wurde dauerhaft beschädigt, auch wenn er durch die Herausgabe einer Buchreihe, die Veröffentlichung eines Romans und die Leitung einer Talkshow in einem eher obskuren Fernsehkanal wiederholt versuchte, seine bisherige Stellung im öffentlichen Leben wieder zu erreichen. Gerade dies gelang dem Politiker der Grünen Partei Cem Özdemir. Seit 1994 Bundestagabgeordneter gab er sein Mandat im Jahr 2002 zurück, als ihm innerhalb kurzer Zeit zweierlei Unregelmäßigkeiten nachgewiesen wurden: Er hatte dienstlich erworbene Bonusmeilen unzulässig verwendet und hatte auch einen günstigen Privatkredit von dem dubiosen PR-Berater Moritz Hunzinger erhalten. Als Gastprofessor in den USA und vor allem als Europaabgeordneter wählte Özdemir dem Vernehmen nach eine gute Strategie, um zu überwindern und sich für neue Ehren zu qualifizieren. Im Jahr 2008 wurde er ohne Gegenkandidaten zum Vorsitzenden der Grünen gewählt.

Nun waren die Verfehlungen Friedmans sicherlich gravierender als die Bagatellen, für die sich Özdemir verantworten musste. Wie verhält es sich aber mit Rudolf Scharping? Im Nachhinein betrachtet waren seine Verfehlungen – die Fotos in der *Bunten* am Swimmingpool in Mallorca, nicht legitime Nutzung der Flugbereitschaft, undurchsichtige Verbindungen zu Hunzinger – rechtlich gesehen keineswegs gravierender als die Özdemirs. War es entscheidend, dass Scharping als ehemaliger Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz, SPD-Vorsitzender und Kanzlerkandidat sowie als Verteidigungsminister weitaus prominenter war als sein Kollege von den Grünen und somit anderen Maßstäben ausgesetzt war? Oder dass die Poolbilder einfach degoutanter waren, unübersehbar im wahrsten Sinne des Wortes? Oder dass er bereits viele Sympathien eingebüßt hatte und in der öffentlichen Wahrnehmung ohnehin auf der Abschlusssliste stand? Kepplinger etikettiert den Fall Scharping mit dem Begriff Schuld-Stapelung; ob das als Erklärung dafür ausreicht, dass Scharping inzwischen nur noch das nicht gerade gewichtig anmutende Amt des Präsidenten des Bundes Deutscher Radfahrer bekleidet und außerdem eine Kommunikationsagentur gegründet hat, die Kunden wie das ominöse Beteiligungskapitalunternehmen Cerberus bedient?

Bei Scharping wie bei Friedman stellt sich die Grundfrage der Gerechtigkeit. Die Mediengesellschaft verfügt nämlich über viele Mechanismen, weniger über klare Regeln.

Kepplingers Studie *Politikvermittlung* referiert die Ergebnisse einer empirischen Befragung von 235 Journalisten und 187 Abgeordneten. Die Frage, welcher Beweggrund dafür ausschlaggebend sei, ob ein Problem aufgegriffen oder liegengelassen wird, erbrachte folgendes Ergebnis:

- Für 85% aller Journalisten ist ausschlaggebend, ob das Thema die Bevölkerung interessiert und für 62%, ob das Thema auch von anderen Medien aufgegriffen wird.
- Bei den Abgeordneten hingegen lagen die Prozentzahlen bei 54 und 27.

Damit wird die Unterschiedlichkeit der Prioritätensetzung deutlich. Journalisten, die Pikantes ans Tageslicht fördern, lösen Kettenreaktionen aus, die nicht mehr aufzuhalten sind. Damit steigern sie die Auflagen ihrer Medien und gelten als Helden des kritischen Journalismus. Über die moralische Fragwürdigkeit ihres Handelns wird selten - und wenn, dann folgenlos - reflektiert.

Freibrief für Freigeister?

Während Politiker nicht nur Ruf, sondern häufig auch Amt und Würde verlieren, genießen die Dichter und Denker einen unermesslichen Vorteil. Denn der freie Schriftsteller hat kein Amt zu verlieren und der Philosoph mit Lehrstuhl genießt als Beamter auf Lebenszeit ebenfalls Artenschutz. Und selbst bei schweren Vergehen leidet das Lebenswerk kaum.

Zu den Paradebeispielen gehören Gottfried Benn und Martin Heidegger. Sie waren nicht nur Fellowtraveller des Nationalsozialismus, sondern entfalteten unrühmliche Eigeninitiative. Man denke an Benns Rolle bei der Gleichschaltung der Preußischen Akademie der Künste oder Heideggers Rektoratsrede an der Universität Freiburg. Bei beiden lässt sich feststellen, dass ihr persönlicher Ruf nach dem Zweiten Weltkrieg zwar ramponiert war, nicht aber ihr bleibender Ruhm. Das Gleiche gilt für Ernst Jünger, der im hohen Alter sogar hofiert wurde.

Selbst die Mediengesellschaft unserer Tage schafft es nicht, den Ruf von Schriftstellern und Gelehrten nachhaltig zu schädigen. Man nehme Martin Walser, der in den letzten vierzig Jahren je nach Epoche als Kommunist, Nationalist und Antisemit bezeichnet worden ist. Bei der Dankesrede anlässlich der Verleihung des Friedenspreises des Deutschen Buchhandels 1998 nannte er die ständige Thematisierung des Holocausts eine "Moralkeule", was ihm seitens Ignaz Bubis, des Zentralratsvorsitzenden der Juden, den Vorwurf "geistige Brandstiftung" und "latenter Antisemitismus" einbrachte. Walser überstand diesen Skandal. Gerade im Jahr 1998 verkauften sich seine Bücher prächtig; Walser wurde von den deutschen Buchhändlern zum Autor des Jahres gekürt. Vier Jahre später provozierte er erneut einen Eklat, als er im Roman *Tod eines Kritikers* eindeutig den Literaturkritiker Marcel Reich-Ranicki porträtierte.

Zum Vergleich: Als Bundestagspräsident Philipp Jenninger 1988 in einer Rede zum 50. Jahrestag der Novemberpogrome missverständliche Äußerungen über die Faszination machte, die vom Nationalsozialismus ausgegangen sei - Äußerungen, Literatur und Wirtschaft im Dialog

die zum großen Teil aus Sebastian Haffners *Anmerkungen über Hitler* stammten -, musste er sofort zurücktreten und verschwand in der politischen Versenkung. Ein Jahr später hielt Bubis eine Ansprache, in der er Passagen aus Jennings Rede wortwörtlich übernahm, um zu demonstrieren, dass sie keineswegs abwegig waren. Dem abgetretenen Politiker half das nicht, sich zu rehabilitieren.

Renommierete Schriftsteller können sich sogar über die Gesetzmäßigkeiten der Mediengesellschaft hinwegsetzen. 2006 offenbarte Günter Grass in seinem Buch *Beim Häuten der Zwiebel*, dass er als 17-Jähriger kurzzeitig Mitglied der Waffen-SS gewesen war, und hob diese Tatsache in einem Interview der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* ausdrücklich hervor. Als Grass gefragt wurde, warum er so lange darüber geschwiegen habe, antwortete er apodiktisch: "Mein Schweigen über all die Jahre zählt zu den Gründen, warum ich dieses Buch geschrieben habe."

Nun wurde diese "Rechtfertigungsdramaturgie" vielfach in der meinungsbildenden Presse kritisiert. Skandalös sei nicht seine Mitgliedschaft, sondern die übertriebene Mea culpa-Geste, mit der er jeder wirklichen Auseinandersetzung aus dem Weg gehe, vermerkte Evelyn Finger in der *Zeit*. Der Dichter antwortete mit einer Medienbeschimpfung, im deren Rahmen es vor Worten wimmelte wie "Wolfsrudelgeheul" und "Schnellgerichte". Sein Publikum applaudierte; der Skandal um das *Häuten der Zwiebel* hat zweifellos absatzfördernd gewirkt. Der Verlag des Publizisten Michael Jürgs, der die Biographie *Bürger Grass* veröffentlichte, wurde vom Dichter anlässlich der Neuauflage der Biographie 2007 verklagt, weil zu lesen war, Grass sei freiwillig in die SS eingetreten. Man einigte sich auf eine referierende Aussage.

Dabei hatte Jürgs in seiner von großer Empathie getragenen Biographie das Einzigartige am Dichter eindrucklich hervorgehoben: nämlich das zivilgesellschaftliche Engagement des bekennenden Willy-Brandt-Freundes, der von linker wie rechter Seite oft gescholten wurde. Auf dem langen Marsch der SPD zur Macht stand der geschickte Redenschreiber und Slogan-Entwerfer an vorderster Front und ließ sich dabei, anders als Heinrich Böll und viele andere Schriftsteller, auch nicht von den "exaltierten Neurotikern" (Grass) der RAF vereinnahmen. Jürgs Resümee: "Dichter Grass wurde zu Bürger Grass." Gerade dies wurde zu seiner wunden Stelle; wäre er nur als hochbegabter Schriftsteller, Zeichner und Bildhauer aktiv gewesen, wären die Wellen der ethischen Entrüstung nicht so hochgegangen.

Insgesamt lässt sich aber feststellen: Der Dichter trotzte den Mechanismen der Mediengesellschaft und setzte sich durch, auch wenn er als moralische Instanz an Strahlkraft verlor. Unverfrorenheit siegte, Selbstgerechtigkeit ebenfalls. In einem Interview im *Tagesspiegel* urteilt Jürgs gleichwohl: "Die Sicht auf den Literaten Günter Grass wird sich nicht verändern; wer so schreibt wie er, der bleibt."

Wirtschaftsbosse im Goldfischteisch

Nun sind Politiker, zum Teil auch Schriftsteller, auf Grund ihrer Tätigkeit in der Regel dem Umgang mit Medien gewohnt. Ganz anders stellt sich die Ausgangslage bei Unternehmen und Topmanagern dar. Dabei stehen im Zeichen der Finanzkrise Wirtschaftsführer bevorzugt am öffentlichen Pranger. "Die Sozialreputation ist ein Minenfeld", behauptet der Schweizer Soziologe Mark Eisenegger, Autor des Standardwerks *Reputation in der Mediengesellschaft*.

Eisenegger unterscheidet zwischen drei Arten von Reputation:

funktional - Leistung im Beruf (der Maßstab, an dem sich die meisten Wirtschaftsführer selbst messen)

sozial - die Einhaltung von gesellschaftlichen Normen und Werten

expressiv - die emotionale Attraktivität und Faszination, die von der Persönlichkeit ausgehen

Dieser Raster erklärt hinreichend, weswegen der Chef der Deutschen Bank Josef Ackermann zur Reizfigur wurde. Seine Sozialreputation beschädigte er, als er beispielweise ein glänzendes Jahresergebnis für das Geschäftsjahr 2004 bekanntgab (Gewinn von 2,5 Mrd. €) und zugleich den Abbau von 6400 Stellen ankündigte. Auf noch katastrophalere Art ruinierte er seine "expressive" Reputation, als er während des Mannesmann-Prozesses mit Victory-Zeichen auftrat.

Ähnlich unbeholfen hantierte der ehemalige Siemens-Chef Klaus Kleinfeld. Denn zur Mediengesellschaft gesellt sich in Deutschland die Mittelstandsgesellschaft. Und wer sich mit Statussymbolen wie eine Rolex-Uhr schmückt und sie dann noch wegretuschieren lässt, weil besagtes Statussymbol im Zusammenhang mit geplanten Entlassungen nicht schicklich erscheint, hat sozial und expressiv gleichermaßen verloren. Zumal der Unternehmenschef gegen das Elfte Gebot verstieß, sich nämlich nicht erwischen zu lassen. Sein Bildmanöver wurde von Journalisten des *Hamburger Abendblatt* registriert; sie stellten die PR-Agentur Publicis zur Rede und erhielten die Antwort: "Wir haben das Foto digital am Bildschirm bearbeitet. Das war der Wunsch von Herrn Kleinfeld. Er hatte keine Zeit für ein zweites Foto-Shooting." Nachvollziehbar und bei Licht betrachtet eine Petitesse, aber in der öffentlichen Wahrnehmung verheerend.

Die Stellungnahme der Siemens-Pressestelle, die Rolex sei keineswegs wegretuschiert worden, sondern es habe sich um zwei Fotoserien gehandelt, verpuffte wirkungslos. Welche Glaubwürdigkeit besitzt überhaupt eine Pressestelle in der Mediengesellschaft? In aufgeheizten Situationen wird der Pressesprecher ohnehin in der öffentlichen Wahrnehmung zum Presseschwätzer, der seine Seele für einige Silberlinge verkauft hat. Und wenn er nicht verhindern kann, dass eine externe Agentur Blamables öffentlich kundtut, begeht er noch dazu schwere handwerkliche Fehler. "PR muss Chefsache werden", empfiehlt das neue Buch *Manager*

in der Medienfalle von Roland-Berger-Partner Torsten Oltmann und dem Wirtschaftsjournalisten Ralf-Dieter Brunowsky, ausgehend von der Tatsache, dass 85% der Bevölkerung das Vertrauen in Führungskräfte verloren haben.

Frühere Topmanager - man denke an Joachim Zahn, den langjährigen Vorstandsvorsitzenden von Daimler Benz, oder auch an Hermann Josef Abs, den legendären Chef der Deutschen Bank - entsprachen dem Phänotyp der grauen Eminenz. Sie gaben zwar Interviews (selten und nach Belieben, ganz nach Gutsherrenart), zogen es aber meist vor, unsichtbar und unhörbar zu sein. Der heutige Chef eines Dax-Unternehmens wird nolens volens zum Medienstar; er unterliegt den gleichen Gesetzmäßigkeiten wie Politiker und Schauspieler, verfügt in der Regel aber nicht über das notwendige Sensorium, um in der Mediengesellschaft zu bestehen.

"Absturz der Superstars" betitelte das *manager magazin* einen Artikel über den Abgang von Topmanagern wie Heinrich von Pierer, Klaus Zumwinkel und Marcel Ospel. Über Pierer, Kleinfelds Vorgänger als Vorstandschef von Siemens, schreibt die Zeitschrift, seinen Sturz hafte eine zusätzliche Tragik an: "Mit selbstzerstörerischer Verstocktheit gerät der einst für sein politisches Gespür bekannte Mann immer tiefer ins Verderben. Er versteckt sich hinter juristischen Argumenten, beharrt darauf, von der ganzen Sache (Korruptionsaffäre, d.A.) nichts gewusst zu haben, jammert über eine Hexenjagd der Medien."

Verständnis und Trost erhalten Pierer & Co. erstaunlicherweise von den Vertretern des Geistes. Martin Walser hat sich öffentlich für die geschassten Wirtschaftsgrößen eingesetzt und sie zu Unrecht am Pranger gesehen. "Deutsch bis ins Mark" sei die Vorverurteilung von Pierer und Co. mit "vermutungsverdächtigungsverstärkenden Formulierungen", so Walser, seine eigene Sprachvirtuosität damit unter Beweis stellend. Auch Hans Magnus Enzensberger wehrte sich in einem vom *manager magazin* veröffentlichten Gespräch mit Münchner Rück-Chef Nikolaus von Bomhard gegen "diese Neiddiskussion ums Geld".

Möglicherweise wird vielen Managern mit Pauschalverdächtigungen hinsichtlich Gier und Menschenverachtung Unrecht getan. In seiner Studie *Die deutschen Spitzenmanager - wie sie wurden, was sie sind* befragte der Sozialwissenschaftler Eugen Buß rund 60 Vorstandsmitglieder der größten 100 deutschen Unternehmen über ihre Wertvorstellungen. Dabei räumte die überwiegende Mehrheit Gemeinschaftswerten einerseits und den "preußischen Tugenden" andererseits hohe Priorität ein. 77% sprachen sich für Humanitätswerte (Respekt vor anderen, Toleranz, Weltoffenheit usw.) aus, aber nur 40% für ökonomische Werte (Erfolgs- und Ergebnisorientierung, Effizienz usw.) aus.

Nun darf man vermuten, dass die Ergebnisse eher Wunschvorstellungen als Realität darstellen. Denn wer als leitende Führungskraft nicht erfolgs- und ergebnisorientiert handelt, hält sich nicht lange in dieser Funktion. Der eigentliche Punkt ist aber ein anderer: Selbst wenn ein

Manager eher humanitär veranlagt ist, nützt es ihm in der Mediengesellschaft wenig, wenn er diese Charaktereigenschaft nicht öffentlichkeitswirksam vermitteln kann. Auch die Schützenhilfe von Walser und Enzensberger, so gut gemeint sie ist, ist eher als *quantité négligeable* anzusehen.

Denn durch das Internet, genauer gesagt durch die social media, entsteht eine neue Situation. Einerseits bieten diese Medien eine Plattform für direkte Demokratie und fördern den freien Meinungs austausch, andererseits können sie leicht zu Trägern von Diffamierungen und Rufmordkampagnen werden. Im Internet kann jeder eine Kampagne gegen jeden initiieren; die Folgen können unabsehbar sein.

Für Blogs, Twitters und andere Web-Instrumente greift der Persönlichkeitsschutz des Presserechts nicht; dies ist den meisten Managern durchaus bewusst. Drei Viertel der im Rahmen des "LAB Managerpanel" befragten Führungskräfte erachten ihre Reputation in der Onlinewelt als persönlich wichtig, 44% versuchen sogar, ihr Online-Image durch Blogs, den Aufbau eigener Websites und die Teilnahme an Online-Communities proaktiv zu formen. Damit zeigen die Beteiligten, dass sie es durchaus verstehen, mit dem Zeitgeist mitzuhalten, auch wenn sie möglicherweise jenen seligen Zeiten nachtrauern, die Erich Kästner so beschrieb: "Wenn man genug Geld hat, stellt sich der gute Ruf ganz von selbst ein."