

Mats Schönauer | Moritz Tschermak

# Ohne Rücksicht auf Verluste

Wie **BILD**  
mit **Angst** und **Hass**  
die Gesellschaft spaltet

Mit einem Nachwort  
von Kevin Kühnert

Kiepenheuer & Witsch

Aus Verantwortung für die Umwelt hat sich der *Verlag Kiepenheuer & Witsch* zu einer nachhaltigen Buchproduktion verpflichtet. Der bewusste Umgang mit unseren Ressourcen, der Schutz unseres Klimas und der Natur gehören zu unseren obersten Unternehmenszielen.

Gemeinsam mit unseren Partnern und Lieferanten setzen wir uns für eine klimaneutrale Buchproduktion ein, die den Erwerb von Klimazertifikaten zur Kompensation des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes einschließt.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.klimaneutralerverlag.de](http://www.klimaneutralerverlag.de)



Verlag Kiepenheuer & Witsch, FSC® N001512

1. Auflage 2021

© 2021, Verlag Kiepenheuer & Witsch, Köln

Alle Rechte vorbehalten

Covergestaltung: FAVORITBUERO, München

Covermotiv: © Farid Celt / Shutterstock.com

Gesetzt aus der Minion und Helvetica

Emojis unverändert von googlefonts/noto-emoji

(<https://github.com/googlefonts/noto-emoji/>), © 2019

Google Inc. Licensed under the Apache License,

Version 2.0 (<http://www.apache.org/licenses/LICENSE-2.0>)

Satz: Buch-Werkstatt GmbH, Bad Aibling

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

ISBN 978-3-462-05354-8

# Inhalt

<b>»Die dunkelsten Zeiten der <i>Bild</i>«</b>	<b>7</b>
Einleitung	
<b>1. »Keine Gnade mit den Griechen!«</b>	<b>15</b>
<i>Bild</i> und ihre Feindbilder	
<b>2. »Frieden schaffen mit Atomwaffen!«</b>	<b>35</b>
<i>Bild</i> unter Julian Reichelt	
<b>3. »Schicken Sie uns Ihre Urlaubsfotos aus der Flammenhöhle!«</b>	<b>57</b>
<i>Bild</i> und ihre Leser	
<b>4. »WIR sind jetzt eure APO!«</b>	<b>77</b>
<i>Bild</i> und Politik	
<b>5. »Wer klaut, darf bleiben!«</b>	<b>97</b>
<i>Bild</i> und Migration	
<b>6. »Das wird man ja wohl noch sagen dürfen«</b>	<b>121</b>
<i>Bild</i> und Rechtspopulisten	
<b>7. »Wie soll man bei so einem Urteil nicht wütend werden?«</b>	<b>141</b>
<i>Bild</i> und die Justiz	

<b>8. »Bei ihr ist nicht nur der Kühlschrank prall gefüllt«</b>	<b>159</b>
<i>Bild</i> und Frauen	
<b>9. »Karibik-Klaus lacht uns alle aus«</b>	<b>173</b>
<i>Bild</i> und Hartz IV	
<b>10. Aber der Sportteil!</b>	<b>187</b>
<i>Bild</i> und Sport	
<b>11. »Erste Videos aus der Terror-Nacht von Wien!«</b>	<b>203</b>
<i>Bild</i> und ihre TV-Pläne	
<b>12. »Die toten Kinder von Winnenden«</b>	<b>221</b>
<i>Bild</i> und ihre Opfer	
<b>13. »Wie sie damit schlafen können, ist mir ein Rätsel«</b>	<b>255</b>
Interview mit einem Betroffenen	
<b>14. »Verbissen-verkniffene Das-darf-man-nicht-Ayatollahs«</b>	<b>261</b>
<i>Bild</i> und die Kritik	
<b>»Neue Schmutzkampagne bei der SPD!«</b>	<b>279</b>
Ein Nachwort von Kevin Kühnert	
<b>Dank</b>	<b>295</b>
<b>Anmerkungen</b>	<b>297</b>

# »Die dunkelsten Zeiten der *Bild*«

## Einleitung

Nur wenige Stunden nachdem er vom plötzlichen Tod seines Schwiegervaters erfahren hat, bekommt Günther Jauch im Dezember 2019 einen Anruf. Es ist die *Bild*-Zeitung. Der Reporter spricht sein Beileid aus und will Jauch zu dem Vorfall befragen, doch der blockt sofort ab: Zu privaten Dingen äußere er sich grundsätzlich nicht.

Jauch meldet sich direkt bei seinem Medienanwalt Christian Schertz, der noch am selben Abend dem *Bild*-Reporter in einem Telefonat wiederholt deutlich macht, dass die Familie seines Mandanten nicht wolle, dass über derart Privates berichtet wird, und dass es eine eklatante Verletzung ihrer Privatsphäre sei, wenn *Bild* sich darüber hinwegsetze. Der Reporter erklärt, dass er das an die Chefredaktion weitergebe und er davon ausgehe, dass *Bild*-Chef Julian Reichelt dies respektieren werde.

Zwei Tage später füllt die Geschichte fast die Hälfte der *Bild*-Titelseite: »Todes-Drama bei Familie Jauch – Traurige Weihnachten für den TV-Liebling«. <sup>1</sup> Im Artikel beschreibt *Bild* detailliert, wo, wann und unter welchen Umständen der Schwiegervater gestorben ist, wann der Notarzt eintraf, wann der Leichenwagen vorfuhr, wann und von wem der Totenschein ausgestellt wurde. Außerdem wird geschildert, wo genau der Mann gelebt hatte und wo seine Familie sich aufhielt, wenn sie ihn besuchte. Und nachdem die *Bild*-Autoren all diese Details aus dem Privatleben des Verstorbenen ausgebreitet

haben, merken sie noch an, dass er »viel Wert auf Privatsphäre« gelegt habe.

Auch online berichtet *Bild.de* ganz oben auf der Startseite über das »Todes-Drama bei Familie Jauch«. Einzelheiten gibt es aber nur für zahlende Nutzer: »Lesen Sie mit BILDplus, was in der Familie des TV-Stars passiert ist.«<sup>2</sup>

Das Vorgehen der *Bild*-Medien bestürzt die Familie so sehr, dass Günther Jauch persönlich einen Brief an Julian Reichelt verfasst. Der darauf folgende Schriftwechsel, der uns vorliegt, ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie die *Bild*-Zeitung fast 70 Jahre nach ihrer Gründung immer noch das Leid von Menschen vergrößert und Profit daraus schlägt. Aber auch dafür, wie sehr sich *Bild* in den vergangenen Jahren verändert hat. Und für das, was maßgeblich zu dieser Veränderung beigetragen hat: das System Julian Reichelt.

Zunächst schickt Anwalt Schertz am Tag des Erscheinens der *Bild*-Titelseite eine Abmahnung an den Axel-Springer-Verlag. Es gehe niemanden etwas an, heißt es darin, ob ein Angehöriger der Familie verstorben sei. *Bild* habe »einen privaten Schicksalsschlag zur Auflagensteigerung« genutzt, »um die Sensationsgier der Leser zu befriedigen«. Der Verlag wird aufgefordert, den Artikel unverzüglich offline zu nehmen. Doch der Artikel bleibt online.

Deutliche Worte findet dann auch Günther Jauch, der in einem Brief an Chefredakteur Reichelt schreibt, dass die Familie explizit darum gebeten habe, nicht über den Vorfall zu berichten:

Das hat Sie offensichtlich nicht daran gehindert, heute mit dem »Todes-Drama bei Familie Jauch« aufzumachen und um den bigotten Zusatz »Traurige Weihnachten für den TV-Liebling« zu ergänzen. Mit Verlaub: Ich verbringe kein trauriges Weihnachten, aber insbesondere meine Frau und unsere Kinder sind über Ihre Berichterstattung traurig, entsetzt und sehr wütend.

Mit dieser Art widerlichen Voyeurismus knüpfen Sie an die dunkelsten Zeiten der BILD an, die ich inzwischen für überwunden hielt.

Er fragt, ob Reichelt »auch nur ansatzweise in ähnlicher Weise ›journalistisch‹ tätig geworden« wäre, wenn sich ein vergleichbarer Fall

in der Familie von Verlegerin Friede Springer oder im Umfeld von Mathias Döpfner, dem Vorstandsvorsitzenden des Axel-Springer-Verlages, ereignet hätte. Und fügt hinzu:

Anscheinend fehlt Ihnen und Ihren Kolleginnen und Kollegen das Gefühl für das, was man altmodisch mal mit dem Begriff Anstand und einer inneren Gewissheit, was sich gehört und was nicht, umschrieben hat.

Am nächsten Morgen schickt Reichelt eine Antwort per E-Mail. Er dankt Jauch für dessen Zeilen, die ihn »sehr betroffen« gemacht hätten, und schreibt unter anderem:

Ich kann Ihre Emotionalität bei dem Thema natürlich verstehen, auch wenn mir der Vergleich mit Friede Springer oder Mathias Döpfner aufgrund ihrer herausragenden Bekanntheit nicht ganz passend erscheint, aber vor dem Hintergrund der Ereignisse, die Sie gerade beschäftigen, verbietet sich eine solche Vergleichbarkeitsdebatte.

Der Frage, ob er bei Springer oder Döpfner ähnlich verfahren würde, weicht Reichelt also aus, weil sich eine Vergleichbarkeitsdebatte aus Pietätsgründen verbiete. Nur wenige Sätze später stellt er dann aber doch Vergleiche an: Er habe »lange darüber nachgedacht« und sei zu dem Schluss gekommen, dass er »in ähnlich gelagerten Fällen (Beckenbauer, Becker o. ä.) genau so gehandelt« hätte.

Natürlich habe er, schreibt Reichelt, kein Recht, Jauch die »Empörung über unsere Berichterstattung abzusprechen«. Zwei Punkte seien ihm dabei aber wichtig. Erstens: »Was öffentlich geschieht und einen der berühmtesten Menschen unseres Landes betrifft, ist aus meiner Sicht öffentlich, zumal hier nichts Ehrenrühriges enthüllt oder verbreitet wurde.« Die Öffentlichkeit, behauptet Reichelt, finde ihre Grenzen, »auch wenn wir das bedauern mögen, eben nicht in den jeweiligen Ereignissen, sondern in der Abgeschlossenheit von Räumen«. Damit spielt er vermutlich darauf an, dass der Schwiegervater an einem öffentlichen Ort (einer Hotellobby) gestorben ist, und *Bild* daher umso mehr das Recht habe, darüber zu berichten. Aber das stimmt nicht. Nicht alles, was außerhalb abgeschlos-

sener Räume passiert, darf automatisch Teil der Berichterstattung werden. Die Rechtsprechung macht das immer wieder deutlich, unlängst beispielsweise der Bundesgerichtshof, der im September 2020 urteilte, dass Fotos, die eine Prominente vor einem Scheidungstermin auf dem Weg in ein Gericht zeigten, nicht hätten gedruckt werden dürfen. Die Richter erklärten, dass »nicht alles, wofür sich die Menschen aus Langeweile, Neugier und Sensationslust interessieren«, auch von Medien veröffentlicht werden dürfe. »Privatheit« erfordere »nicht notwendig eine durch räumliche Abgeschiedenheit geprägte Situation«, vielmehr könne sie »auch außerhalb örtlicher Abgeschiedenheit entstehen«. <sup>3</sup> (Das Urteil richtete sich übrigens gegen: *Bild*.)

Vielmehr müssen sich Medien in solchen Fällen fragen: Brauchen die Leser diese Information, um sich auf vernünftige Weise eine eigene Meinung bilden und eine Entscheidung treffen zu können? Und ist dieses öffentliche Informationsinteresse so überragend, dass der Schutz der Privatsphäre zurücktreten muss?<sup>4</sup>

Oder konkret gefragt: Ist es für die Öffentlichkeit wirklich so wichtig zu erfahren, ob, wo und wie der Schwiegervater von Günther Jauch gestorben ist? Und zwar dermaßen wichtig, dass die Veröffentlichung einen Eingriff in die Persönlichkeitsrechte einer Familie rechtfertigt, die ihr Privatleben seit Jahren so sehr schützt, dass sie nicht mal die Namen der Kinder veröffentlicht sehen will?

In der Vergangenheit hat *Bild* ähnliche Fragen, zumindest bezogen auf Günther Jauch, klar mit Nein beantwortet: Lange Zeit respektierte die Redaktion seinen Wunsch auf Privatsphäre. Bis Julian Reichelt kam.

Der schreibt in seinem Antwortbrief an Jauch noch über einen zweiten Punkt, der ihm wichtig sei:

Sie sprechen mir in Ihrem Brief den Anstand ab, was ich aufgrund eines einzigen Vorfalles, von dem man auch noch selbst betroffen ist, ein sehr harsches und nicht gerade objektives Urteil finde. Ich denke auch, dass Sie da falsch liegen. Sie schreiben, dass BILD aus Ihrer Sicht in »dunkelste Zeiten« zurück gefallen ist. Ich kann Ihnen versichern, das Gegenteil ist der Fall: Ich bin jederzeit bereit, auf Berichterstattung über Dinge,



die als privat empfunden werden, zu verzichten, wenn man mich darum bittet.

Da wird *Bild* also ausdrücklich darum gebeten, nicht über Privates zu berichten, und als sie dann doch über Privates berichtet, behauptet ihr Chef, dass er nicht über Privates berichte, wenn man ihn darum bitte.

Das Landgericht Köln jedenfalls erlässt wenig später eine einstweilige Verfügung, in der dem Axel-Springer-Verlag unter Androhung eines Ordnungsgeldes von bis zu 250 000 Euro verboten wird, über den Tod des Schwiegervaters zu berichten: Die Berichterstattung stelle einen rechtswidrigen Eingriff in die Privatsphäre dar.

Gegen diese Entscheidung könnte der Verlag anschließend vorgehen. Wenn Julian Reichelt tatsächlich so überzeugt ist, dass die Berichterstattung völlig in Ordnung war, könnte er vor Gericht ziehen und dort seine Argumente darlegen. Doch stattdessen erklärt ein Axel-Springer-Justiziar kurz darauf, dass der Verlag die einstweilige Verfügung als endgültige Regelung anerkenne, was bedeutet, dass er auf einen Rechtsstreit verzichtet.

Nach der gerichtlichen Anordnung nimmt *Bild.de* den Artikel schließlich offline.

## **45 Jahre nach Wallraffs »Aufmacher«**

Ganz unabhängig vom Fall Jauch lehnt Julian Reichelt *Bild*-Kritik grundsätzlich schon deshalb ab, weil die Kritiker gar keine Ahnung hätten, wovon sie überhaupt reden, wie er 2019 in einem Podcast sagt:

Es gehört ja zum Selbstverständnis von *Bild*-Kritikern, *Bild* niemals zu lesen. [...] Bevor diese Leute Gefahr laufen, dass ihr Weltbild in irgendeiner Weise an der Realität oder gar an Fakten zerschellen könnte, blenden sie die lieber aus.<sup>5</sup>

Wir lesen *Bild* jeden Tag. Für die Seite *Bildblog.de*<sup>6</sup> beobachten wir die Berichterstattung der *Bild*-Medien – das heißt die der *Bild*-Zeitung.

tung, der *Bild am Sonntag*, des Online-Portals *Bild.de* und neuerdings auch von *Bild-TV* – seit fast zehn Jahren. In dieser Zeit haben wir Tausende von *Bild*-Geschichten nachrecherchiert und mit unzähligen Betroffenen und Experten gesprochen, um zu verstehen, wie die *Bild*-Redaktion arbeitet, welche Techniken und Tricks sie anwendet, wie sie Politik macht, wie sie Kampagnen fährt und was sie mit ihrer Berichterstattung auslöst und anrichtet. All diese Erfahrungen aus den vergangenen Jahren, aber auch viele neue Erkenntnisse, die wir über die letzten Monate gesammelt haben, sind in dieses Buch eingeflossen. Dazu zählen auch Gespräche mit Menschen, die bei *Bild* arbeiten oder gearbeitet haben. Aus Furcht vor Repressalien haben diese darum gebeten, nicht namentlich im Buch zu erscheinen.

Wir haben auch mehrere Dutzend Fragen an Julian Reichelt und den Pressesprecher der *Bild*-Zeitung geschickt sowie einige Fragen an Mathias Döpfner und Friede Springer. Wir haben keine Antwort bekommen.

»Das Weltbild der meisten *Bild*-Kritiker«, sagt Julian Reichelt, beruhe »auf einem rund 45 Jahre alten Buch« von Günter Wallraff (das 1977 unter dem Titel »Der Aufmacher« erschien; Wallraff hatte dafür unter dem Decknamen »Hans Esser« undercover in einer *Bild*-Redaktion recherchiert und ihre skrupellosen Methoden aufgedeckt<sup>7</sup>). Seitdem, so Reichelt, sei »nicht wahnsinnig viel an Fakten und Reflexion und Recherche« dazugekommen. Auch das stimmt nicht; in den vergangenen Jahrzehnten haben sich insbesondere Journalisten und Wissenschaftler immer wieder ausführlich mit *Bild* beschäftigt.<sup>8</sup> Seit Wallraffs Enthüllungen sind damit durchaus Fakten, Reflexion und Recherche hinzugekommen. Auch weil sich die *Bild*-Kritik in dieser Zeit gewandelt hat. Falschmeldungen oder irreführende Geschichten von *Bild* lassen sich heutzutage viel schneller entlarven, etwa weil sich Betroffene in Sozialen Medien Gehör verschaffen können, um zu erzählen, was *Bild* in der Berichterstattung verschwiegen hat<sup>9</sup>, oder um zu dokumentieren, wie sich *Bild*-Reporter bei der Recherche verhalten haben.<sup>10</sup> Auch lassen sich Behauptungen, die *Bild* in die Welt setzt, dank des Internets in vielen Fällen relativ einfach überprüfen. Heute braucht es also oft keinen Hans

Esser mehr, um zu sehen, wie die *Bild*-Zeitung arbeitet. Man muss nur genau hinschauen, dann ist deutlich zu erkennen, mit welchen Strategien sie Ängste schürt, wie sie Ausländerfeinden permanent in die Karten spielt. Wie sie gezielt demokratische Institutionen torpediert. Wie sie Rechtspopulisten in den Bundestag verholfen hat. Wie sie den Ruf unschuldiger Menschen zerstört. Wie sie die Akzeptanz von Politik, Staat und Justiz gefährdet. Wie sie Feindbilder füttert, gesellschaftliche Debatten vergiftet und geistige Brände legt. Wie sie die schwersten Momente im Leben vieler Menschen *noch* schwerer macht.

Solche Dinge wollen wir in diesem Buch dokumentieren. Denn obwohl schon lange bekannt sein müsste, wie unsauber und manipulativ *Bild* arbeitet, ist sie auch heute noch die mächtigste Medienstimme dieses Landes. Nach wie vor schreiben etliche seriöse Journalisten ungeprüft von ihr ab, wird sie immer noch von Politikern und einflussreichen Personen gelesen, die sich zu reflexhaften Kommentaren und Reaktionen hinreißen lassen. Trotz sinkender Printauflage erreicht sie, auch durch den Ausbau des Onlinegeschäfts und die Erschließung neuer Verbreitungskanäle, weiterhin Millionen von Menschen, die ihr Tag für Tag Aufmerksamkeit und Glauben schenken. Was umso schwerer wiegt, da sie unter der Leitung von Julian Reichelt wieder brutaler geworden ist, verbohrter, tendenziöser, menschenverachtender – und damit an ihre, wie Günther Jauch es formuliert, dunkelsten Zeiten anknüpft, die viele schon für überwunden hielten.



# 1.

## »Keine Gnade mit den Griechen!«

### *Bild* und ihre Feindbilder

Ein sonniger Sonntagnachmittag im Jahr 1976. Frühlingsanfang im Bayerischen Wald. Auf einer Wiese am Waldrand spielen fünf Kinder Fangen, als plötzlich ein Wolf vor ihnen steht. Er gehört zu einem Rudel, das zwei Monate zuvor aus einem Gehege des Nationalparks geflohen ist, verängstigt vom Lärm eines Schneeräumkommandos.<sup>1</sup>

Während das Tier sie beschnuppert, bleiben die Kinder ganz ruhig, wie sie es gelernt haben. Doch plötzlich bekommt das jüngste Panik, dreht sich um und rennt los. Der Wolf – Experten vermuten später, dass er mitspielen wollte – beißt dem flüchtenden Jungen ins Gesäß und zerrt an seiner Hose. Erst als eines der älteren Kinder mit einem Stock auf den Wolf einschlägt, lässt er los und verschwindet. Der kleine Junge bekommt einen ordentlichen Schreck, bleibt aber körperlich weitgehend unversehrt. Eigentlich habe er »nix gemerkt«, wird er später sagen. Seine Hose sei zwar zerfetzt gewesen, erinnern sich auch die anderen Kinder, doch die Bisswunde nicht schlimm, es habe nicht mal Blut gegeben.<sup>2</sup>

Am Tag darauf bringt *Bild* die Geschichte groß auf der Titelseite. Dort wird sie jedoch ein wenig anders erzählt: Ein Junge sei von »zwei riesigen grauen Wölfen« angefallen und »schwer verletzt worden!«. Erst drei andere Kinder »und ein Spaziergänger, der zufällig vorbeikam«, hätten die »Bestien« in »letzter Sekunde durch lautes

Schreien verjagen« können. Der Junge sei »stark blutend« ins Krankenhaus gebracht worden, wo man ihm »die klaffenden Bißwunden« genäht habe.<sup>3</sup>

Nun mag die Berichterstattung über Wölfe ein auf den ersten Blick vergleichsweise banaler Teil des *Bild*-Universums sein, doch schaut man etwas genauer hin, bietet sie interessante Einblicke in Methoden der *Bild*-Medien, die geeignet sind, um ganze Gruppen von Menschen – oder Tieren – zu dämonisieren und Feindbilder über Jahre hinweg aufrechtzuerhalten.

Von der Titelstory über den »stark blutenden« Jungen im Bayerischen Wald stimmt kaum etwas. Doch sie nährt das Narrativ vom »bösen Wolf«. Sie macht Angst. Und Angst verkauft sich.

*Bild*-Artikel seien ein »Mosaik von emotional hochbesetzten, aber stereotypisierten Versatzstücken«, stellt eine 1999 veröffentlichte Untersuchung der »Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der *Bild*-Zeitung« fest. Ihre Geschichten seien auf einen »funktional konstanten Code« reduziert: die Erregung von Emotionen.

Aus einem fest strukturierten Baukasten der Emotionen werden Versatzstücke von Emotionen entnommen und zu Stories zusammengesetzt, deren Inhalt an sich schon bedeutungslos geworden ist. Hinter der sensationellen Fassade befinden sich nichts anderes als narrative Stereotypen in Gestalt von rohen Emotionsklötzen. [...] Die Information wird von der Sensation verdrängt.<sup>4</sup>

Gefühle vor Fakten. Das ist ganz besonders in der Berichterstattung über jene zu beobachten, die *Bild* zum Gegner erklärt: Seit 300 Jahren ist in Deutschland kein Fall bekannt geworden, in dem ein Mensch von einem Wolf getötet wurde.<sup>5</sup> Selbst Fische haben mehr Leute auf dem Gewissen.<sup>6</sup> Eine umfassende Studie zu Übergriffen von Wölfen auf Menschen kommt 2002 zu dem Schluss, »dass Wölfe in Bezug auf ihre Größe und ihr räuberisches Potential zu den am wenigsten gefährlichen Tieren gehören«.<sup>7</sup> Und trotzdem lässt *Bild* nicht von ihnen ab. Auch heute, fast 45 Jahre nach den »Bestien« im Bayerischen Wald (die damals übrigens nach langer, hysterischer Hetzjagd – sowohl im Blätter- als auch im echten Wald – allesamt

erschossen wurden<sup>8)</sup>), wird das Feindbild akribisch gepflegt: Sobald irgendwo in Deutschland ein Schaf gerissen wird, ist *Bild* mit einer panischen Schlagzeile zur Stelle: »Neuer Killer-Wolf im Norden!«<sup>9</sup> oder »Neuer Problemwolf noch viel böser!«<sup>10</sup> oder »Der neue Wolf ist ein Nasenbeißer!«<sup>11</sup>. Hinter einem Einzelfall wird gleich der Beginn einer blutigen Serie vermutet: »Kommt der Problem-Wolf jetzt jede Nacht?«<sup>12</sup>.

Im August 2015 empört sich *Bild* über einen besonders spektakulären Fall, den heimtückischen Mord an »Krümel«, einem Chihuahua. »Wölfe haben mein Hündchen gerissen!«, heißt es groß auf der Titelseite der Bundesausgabe, bebildert mit einem großen, zähnefletschenden Wolf.<sup>13</sup> »Mitten in Deutschland!«, heult *Bild.de* auf.<sup>14</sup> Und die Regionalausgabe Hannover fragt: »Wie nahe kommen uns die Nord-Wölfe?« (»Die Antwort ist eindeutig: immer näher!«)<sup>15</sup> Kurz darauf teilt der Niedersächsische Landesbetrieb Wasserwirtschaft, Küsten- und Naturschutz mit, dass Krümel laut Gen-Untersuchungen nicht Wölfen zum Opfer gefallen sei, sondern Hunden.<sup>16</sup>

So hängt *Bild* Wölfen immer wieder Taten an, die sie gar nicht begangen haben.<sup>17</sup> Stellt sich heraus, dass es doch kein Wolf war, bekommt die Leserschaft davon allerdings nicht immer etwas mit, denn eine Korrektur veröffentlicht die Redaktion nur selten. Und wenn, dann wird sie oft so vorgenommen, dass das Feindbild keinen allzu großen Schaden nimmt: Im Fall Krümel versteckt *Bild* die Auflösung, dass es sich in Wahrheit um eine *Hunde*attacke gehandelt hatte, am Ende einer Meldung über ... Wölfe; unter der Überschrift, dass es ein neues Wolfsrudel gibt; unter einem Bild von einem Wolfsrudel; neben einem Bild von einem Wolf.<sup>18</sup>

Und immer wieder bringt *Bild* die vermeintliche »Gefahr für den Menschen«<sup>19</sup> ins Spiel: »Was, wenn der erste Mensch angefallen wird? Was, wenn es ein im Wald oder auf der Wiese spielendes Kind trifft?«<sup>20</sup> »Muss der Wolf erst das Rotkäppchen samt Großmutter fressen, bevor er geschossen werden darf?«<sup>21</sup>

Nach einer »Massaker-Nacht« eines Wolfs im Februar 2016 titelt die Dresdner *Bild*-Regionalausgabe: »Vollmond machte den Killer-Wolf so gierig!«<sup>22</sup> Der Einfluss des Vollmondes, zitiert die Redaktion einen »Star-Astrologen«, vervielfache »die Blutrausch-Energie

dieser Kreaturen enorm«. Oft suchen sich die *Bild*-Medien noch weitere Alliierte, Feinde ihres Feindes – Jäger, Schäfer, Bauernverbände –, die ihnen empörte Zitate und blutige Fotos liefern. Und *Bild* macht aus ihren Forderungen große Schlagzeilen: »Gebt den Wolf zum Abschuss frei!«<sup>23</sup>, »Schützt endlich unsere Tiere!«<sup>24</sup> oder schlicht: »Der Wolf muss weg!«<sup>25</sup>

Und tatsächlich ist die Ausbreitung der Wölfe in Deutschland ja ein Thema, über das diskutiert werden kann. Die Zahl der bei Wolfsangriffen getöteten Nutztiere hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen.<sup>26</sup> Bauern und Schäfer leiden unter der Situation, nicht wenige sähen den Wolf am liebsten ausgerottet. Auf der anderen Seite: Wolfsschützer, die argumentieren, dass er ebenso Teil des Ökosystems sei wie jedes andere Tier. Dazwischen: Zahlreiche andere Meinungen, die gehört werden wollen. Doch eine sachliche Diskussion ist kaum möglich. Durch die aggressiv einseitige und oft falsche Berichterstattung – auch von anderen Medien – wird eine Annäherung stark erschwert. Informationen werden in Emotionen ertränkt, wichtige Zwischentöne gehen im Geschrei unter. Es gibt nur Schwarz und Weiß. Vor allem Schwarz, wenn man *Bild* glaubt.

Was bleibt also nach so einer Anti-Wolf-Kampagne? Angst, Desinformation, verhärtete Fronten. Viele Verlierer, aber auch vereinzelte Gewinner: *Bild* zum Beispiel. Und die AfD. Vor ein paar Jahren entdeckte die Partei den Wolf als Wahlkampfthema<sup>27</sup> und nutzt seither die medial geschürte Wolfsangst für ihre eigenen politischen Zwecke. Anfang 2018 etwa fordert sie in einem Antrag an den Bundestag öffentlichkeitswirksam »Obergrenzen für Wolfspopulationsdichten« und eine »Beschleunigung von Genehmigungsverfahren zum regulierenden Eingriff in die Wolfspopulation«.<sup>28</sup>

Die Anti-Wolf-Stimmung bleibt nicht ohne Konsequenzen: Laut Dokumentations- und Beratungsstelle des Bundes zum Thema Wolf sind in den vergangenen Jahren immer mehr Tiere illegal getötet worden. Während 2008/2009 insgesamt zwei Fälle verzeichnet wurden, waren es 2018/2019 achtzehn.<sup>29</sup> Über die »Selbstjustiz der Wolf-Gegner« berichtet 2019 auch *Bild* – und fragt scheinbar überrascht: »Woher kommt die tödliche Wut?«<sup>30</sup>



## »Stoppt den Terror der Jung-Roten jetzt!«

Viele der Muster, die in der Wolfsberichterstattung zu erkennen sind, tauchen in den *Bild*-Medien auch bei anderen Themen auf. (Kleines Experiment: Lesen Sie einige der letzten Absätze noch mal und ersetzen Sie »Wölfe« durch »Ausländer«.) Negative Details werden fokussiert, übertrieben, mitunter einfach erfunden. Die Sprache ist brachial, der Gegner wird bestialisiert. Ihm werden Dinge untergeschoben, die er gar nicht getan hat. Relativierende Stimmen und entlastende Fakten gehen unter. Fehler werden oft nicht korrigiert. Die Information wird verdrängt; was zählt, ist die Emotion.

»Nackte Zerstörungswut!«, titelt *Bild* im April 1968: »Möbelhaus in Brand gesteckt«.<sup>31</sup> Über dem Foto der verkohlten Trümmer fragt die Redaktion rhetorisch: »Ist das Demonstration? Ist das Diskussion?« Zu dieser Zeit sind in Deutschland die Studentenproteste in vollem Gange; wenige Tage zuvor wurde Rudi Dutschke niedergeschossen, der Wortführer der Studenten, der in der Berichterstattung der Springer-Blätter hart attackiert worden war.

Nun ein »Anschlag auf privates Eigentum«, das Möbelhaus in Gladbeck. Wer ihn verübt hat? Das spricht die Redaktion nicht explizit aus, aus dem Zusammenhang wird jedoch klar: *Bild* macht die Demonstranten verantwortlich. Auf dem Foto auf der Titelseite hält der Ladenbesitzer ein Möbelstück in die Kamera, auf das »BILD« gesprüht wurde. »Für die Brandstifter« sei dieses Wort »eine Art Symbol für das von ihnen gehaßte private Eigentum«, schreibt *Bild* und warnt: »Springer und die Pressefreiheit sind aber nur das erste Angriffsziel der Revolutionäre. Sie wollen unsere gesamte Gesellschaftsordnung zerstören.«

Schon damals unterteilt *Bild* die Welt klar in Gut und Böse. Die Grenze zieht Verleger Axel Springer persönlich: »Spätestens seit Januar 1958 findet man im Redaktions-Konzept auch das politische Engagement des Verlegers, das – zunächst geschickt dosiert – der angeblichen Lesermeinung unterlegt wurde«, schreibt *Spiegel*-Redakteur Peter Jordan 1970 im Buch »Presse und Öffentlichkeit«.<sup>32</sup> Das politische Weltbild Springers sei »durch einen schwarzweißmalenden antikommunistischen Affekt belastet« gewesen, »der auch

in *Bild* seinen Niederschlag fand«. So unterscheiden Springer und seine Blätter, wie auch Gudrun Kruij in »Das *Welt-Bild* des Axel Springer Verlags« beschreibt, zu dieser Zeit strikt zwischen »guten (= westlichen) und bösen (= kommunistischen) Ländern« und betreiben zunehmend eine »aggressive Ausgrenzung« all derjenigen, die ihre Weltsicht nicht teilen.<sup>33</sup>

1967 verabschiedet Axel Springer in einer Rede schließlich vier Leitsätze, die fortan für alle journalistischen Mitarbeiter des Hauses gelten sollen (und in aktualisierter Form noch heute gelten<sup>34</sup>): das Eintreten für die deutsche Wiedervereinigung, die Aussöhnung zwischen Juden und Deutschen, die Ablehnung von politischem Extremismus sowie die Bejahung der freien sozialen Marktwirtschaft.<sup>35</sup> Die Interpretation dieser Grundsätze, schreibt Kruij, hätte im Laufe der Zeit jedoch »für fast jedes Thema nur eine akzeptable Meinung« zugelassen. Sie spricht von einer »geistigen und ideellen Erstarung«, die irgendwann so weit fortgeschritten war, dass Axel Springer selbst in Interviews kaum in der Lage gewesen sei, überhaupt auf Fragen einzugehen. Meist habe er bloß bekannte Versatzstücke abgospult, die sich wortwörtlich wiederholten, um bloß nicht »die klare und eindeutige Linie zu verwässern«.<sup>36</sup>

Eine eindeutige Linie fährt Springers *Bild* auch gegen die protestierenden Studenten der Sechzigerjahre. Im Februar 1968 fordert die Zeitung auf der Titelseite neben einem Foto von Rudi Dutschke: »Stoppt den Terror der Jung-Roten jetzt!«<sup>37</sup> Darunter heißt es:

Man darf über das, was zur Zeit geschieht, nicht einfach zur Tagesordnung übergehen. Und man darf auch nicht die ganze Dreckarbeit der Polizei und ihren Wasserwerfern überlassen.

»Unsere Jung-Roten«, schreibt *Bild* am Ende, seien »inzwischen so rot, daß sie nur noch rot sehen, und das ist gemeingefährlich und in einem geteilten Land lebensgefährlich. Stoppt ihren Terror jetzt!« Zwei Monate später wird Dutschke von einem Attentäter mit drei Schüssen niedergestreckt. Viele machen *Bild* daraufhin mitverantwortlich für die Tat: »*Bild* schoß mit!« wird zu einer Parole der Protestbewegung.

Auf die Berichterstattung von damals zurückblickend, gibt sich der Axel-Springer-Verlag heute selbstkritisch. 2010 öffnet er in einem symbolträchtigen Akt das »Medienarchiv68«, in dem alle Artikel der Springer-Zeitungen aus den Jahren 1966 bis 1968 einsehbar sind (was tatsächlich interessante, erschreckende Einblicke ermöglicht). Zur Eröffnung des Archivs erklärt Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender des Axel-Springer-Verlags:

Mein persönliches, vorläufiges Fazit: Wenn man genauer hinschaut, ergibt sich ein differenziertes Bild. Die These, das Haus Axel Springer sei eine zentral gelenkte Meinungsmaschine gewesen, welche die Studentenbewegung verhindern wollte, bestätigt sich jedenfalls nicht.<sup>38</sup>

Immer wieder würden Kommentarzeilen wie »Stoppt den Terror der Jung-Roten jetzt« zitiert, klagt Döpfner, dabei habe es ja auch andere Artikel gegeben: Nach dem Attentat auf Rudi Dutschke habe *Bild* schließlich »Millionen bangen mit« getitelt. »Manche Klischees in den Köpfen«, fügt Döpfner hinzu, »erweisen sich auch als Endmoranen einer bis heute wirkungsvollen SED-Propaganda und Stasi-Desinformation.«

»Wenn man genauer hinschaut«, wie Döpfner empfiehlt, sieht man jedoch, dass *Bild* gerade mal vier Tage nach der »Millionen-bangen-mit«-Schlagzeile den Brand des Möbelhauses in Gladbeck auf die Titelseite hob und den Demonstranten zur Last legte – und dabei verschwieg, dass es in Gladbeck gar keine Demonstrationen gegeben hatte. Und wenn man noch genauer hinschaut, findet man heraus, dass die Kriminalpolizei wenige Tage später eine Mitteilung herausgab, in der sie erklärte, dass nicht Demonstranten das Feuer gelegt hätten, sondern ein Einbrecher, aus Versehen, weil ihm ein brennendes Streichholz aus der Hand gefallen war, und dass er die Möbel beschmiert und zerkratzt habe, weil er im Laden kein Geld fand.<sup>39</sup> Die *Bild*-Zeitung vermeldet diese Auflösung später in einem kleinen Kasten auf der letzten Seite. Dass sie die Falschinformation selbst in die Welt gesetzt hatte, lässt sie dabei unerwähnt.<sup>40</sup>

Dieser »groteske Fall von Nachrichtenmanipulation« sei »kein einmaliger Ausrutscher«, schreibt die *Zeit* damals, sondern »symp-

tomatisch für die Berichterstattung der meisten Springer-Blätter in den vergangenen Tagen.«<sup>41</sup> Die Redakteure könnten »das Fälschen nicht lassen«: Allein in einem kurzen Zweispalter habe *Bild* »folgende Unrichtigkeiten und Halbwahrheiten« untergebracht, listet die *Zeit* auf:

»Immer wieder versuchten Tausende von Demonstranten, die Absperrgitter zu durchbrechen, um in das Rathaus zu gelangen« – nicht ein einziger Versuch, die Absperrgitter zu übersteigen, wurde gemacht.

»Fensterscheiben gingen zu Bruch« – nämlich unter dem Strahl der Wasserwerfer.

»Autos wurden umgestürzt« – nicht ein einziger Wagen kam zu Schaden.

»Randalierer versuchten den Rias zu stürmen.« Tatsächlich wurde eine kleine Gruppe Demonstranten, die sich auf der Eingangstreppe des Funkhauses niedergelassen hatte, von einem »Rädelsführer« über Megaphon zum Verlassen der Treppe aufgefordert; sie folgte sofort.

Über viele Monate prägt *Bild* das Feindbild der Studenten mit solchen Übertreibungen, Verdrehungen und Erfindungen. Im Juni 1967, wenige Tage nachdem der Demonstrant Benno Ohnesorg von einem Polizisten erschossen wurde (eine Tat, die *Bild* zunächst indirekt auch den Demonstranten angehängt hatte<sup>42</sup>), titelt die Zeitung: »Studenten drohen: Wir schießen zurück«<sup>43</sup>. Radikale Studenten hätten bei *Bild* telefonisch angekündigt: »Wenn die Polizei noch einmal auf uns schießt, werden wir zurückfeuern. Wir sind schon dabei, uns zunächst Gaspistolen zu beschaffen.« Einer der Autoren des Artikels erklärt kurz darauf gegenüber dem *Berliner Extra-Dienst*, er »schäme« sich für seine Zeitung: »Das mit dem Zurückschießen hat mit keinem Wort in meinem Artikel gestanden. Das haben die erst in der Redaktion dazugedichtet, um eine knallige Überschrift zu kriegen.«<sup>44</sup>

Die Springer-Zeitungen bezeichnen die Studenten als »Polit-Gammler«, »akademische Linksfaschisten«, »immatrikulierten Mob«, »Radikalinskis« und »Krawall-Radikale«, als »geistig ungewaschen« und »fanatisch«, und im Grunde gehörten sie aus den Universitäten »ausgemerzt«.<sup>45</sup>

Die Radikalisierung der öffentlichen Meinung habe schließlich so weit geführt, schreibt *Spiegel*-Autor Jordan seinerzeit, »daß sogar nicht demonstrierende Studenten auf dem Kurfürstendamm und auf anderen Straßen ohne irgendeinen Anlaß von Passanten öffentlich beschimpft und beleidigt wurden«. <sup>46</sup>

Jenen Studenten muss ähnlich zumute gewesen sein wie 45 Jahre später Familie D. aus Düsseldorf. Auch sie wird aufs Übelste beschimpft, obwohl sie niemandem etwas getan hat. Ihr vermeintliches Vergehen: Sie betreibt ein Restaurant. Ein griechisches.

### »Griechenland NEIN DANKE !!!!!!!!!!«

»EURE neue griechische Regierung ist dreist, unverschämt und tritt auf wie eine Horde von ungehobelten und manierlosen Pennern. Dieses Pack repräsentiert Griechenland, weil die Mehrheit Eures Volkes diese Leute gewählt hat !« So beginnt ein Brief, der im März 2015 ohne Absender, aber ordentlich frankiert mit 62 Cent, im Briefkasten des Restaurants landet:

In der Sonne liegen ist doch viel bequemer, insbesondere wenn andere dafür aufkommen ... So geht es nicht !! Wir werden, solange diese Regierung derart schäbig, insbesondere fleißige und sparsame Europäer und Deutsche verunglimpft und beleidigt, ganz sicher keine griechischen Waren mehr kaufen, sondern auch Euren Laden ab sofort nicht mehr betreten !! Verkauft doch Eure Waren besser nicht mehr an die »Scheißdeutschen«, sondern macht Euch auf zurück in Euer korruptes, stinkendfaules und total unfähiges Drecks Griechenland !!

Und als letzten, fett gedruckten Satz: »Griechenland NEIN DANKE !!!!!!!!!!«

Als sie den Brief gelesen habe, sei sie geschockt und verängstigt gewesen, erzählt die Restaurantbetreiberin später *Spiegel Online*<sup>47</sup>: Sie habe sich gefragt, was als Nächstes komme. Stehe bald jemand vor der Tür und bedrohe sie, wenn sie abends das Lokal verlasse?

In seinem Brief greift der anonyme Verfasser jene Vorwürfe auf, die von den *Bild*-Medien in den Wochen zuvor nahezu täglich

wiederholt wurden. Am 26. Februar etwa druckt *Bild* das Wort »NEIN« – quer über die gesamte Breite der Seite 2 der Bundesausgabe.<sup>48</sup> Darunter die Forderung oder vielmehr der Befehl: »Keine weiteren Milliarden für die gierigen Griechen!« In einem Kommentar daneben schreibt Julian Reichelt, seinerzeit Chef von *Bild.de*, zu der Verlängerung der Finanzhilfen für Griechenland:

Was am Freitag im Deutschen Bundestag geschehen wird, mag man eigentlich keinem vernünftigen Menschen mehr erklären. Zusammengefasst: Wir überweisen weiter Milliarden nach Griechenland dafür, dass man uns ALLE bisher gebrochenen Versprechen (z. B. Kampf gegen Korruption und Steuerhinterziehung) NOCH MAL verspricht.

Wir kaufen Griechenland also im wahrsten Sinne des Wortes seine alten Reformlügen mit neuem Geld ab. Und das, obwohl inzwischen JEDER weiß, dass wir unser Geld niemals wiedersehen werden.

Sind wenigstens die griechischen Politiker, die uns ihr Versprechen geben, glaubwürdiger als ihre Vorgänger?

NEIN!

Dazu startet *Bild* eine »große Mitmach-Aktion«: Man solle die »NEIN«-Seite hochhalten, ein Selfie damit machen und an die Redaktion schicken. So könne und solle man zeigen, dass man »auch gegen weitere Milliarden-Hilfen für die Griechen« sei.

Solche Lesermobilisierungsaktionen setzt die *Bild*-Zeitung schon seit ihren frühen Jahren immer wieder ein, vor allem gegen ihre Gegner. »Durch Appelle an die Lesermeinung fordert die Redaktion politische Willensbekundungen ihrer Leser heraus, die – obwohl demokratisch verbrämt – bisweilen undemokratische Formen annehmen«, schreibt Peter Jordan 1970. So startet *Bild* etwa nach dem Mauerbau 1961 eine Leserbrief-Aktion gegen jene westdeutschen Theaterintendanten, die weiterhin Stücke des bekennenden Marxisten Bertolt Brecht spielten (»Millionen verfluchen diesen Mann«<sup>49</sup>). »Diese zur Volksabstimmung erhobene Aktion« sei »in wüste Beschimpfungen« ausgeartet, schreibt Jordan. *Bild* sei eben sehr bemüht gewesen, »die ohnehin bewegte deutsche Öffentlichkeit weiter aufzustacheln«.<sup>50</sup>

Um die bewegte deutsche Öffentlichkeit des Jahres 2015 aufzustacheln, beginnt *Bild* im Frühjahr damit, die Griechen – die währenddessen durch die Sparvorgaben massenhaft in die Armut getrieben werden – als »Raffke-Griechen« und »Griechen-Raffkes«<sup>51</sup> zu bezeichnen. Damit wird der von *Bild* in den Jahren zuvor eifrig verwendete Begriff der »Pleite-Griechen«<sup>52</sup> abgelöst, denn jetzt haben sie ja Geld: »unser Geld«! Die neu gewählte griechische Regierung nennt *Bild* »Radikalos-Regierung«<sup>53</sup> oder »Griechos Radikalos«<sup>54</sup>, aus Finanzminister Varoufakis machen sie wahlweise Finanzminister »Varoutricksis«<sup>55</sup>, den »Krawall-Griechen«<sup>56</sup> oder »Griechenlands Radikalo-Naked-Bike-Rider«<sup>57</sup>. (Ein »Naked Bike« ist einfach ein Motorrad ohne Verkleidung, für *Bild* weckt es aber offenbar aufregend-düstere Assoziationen.) Der damalige Politik-Chef Béla Anda etwa schreibt in seinem »Politik-Briefing«:

Wie lederbejackte Rüpel-Rocker röhren Griechenlands Neo-Premier und sein Posterboy-Finanzminister seit ihrem mit platten Parolen erzielten Wahlsieg durch Brüssel. Ihr Gesetz ist die Straße. Hier sind sie (politisch) groß geworden. Hier ist ihre Hood. Deren Unterstützung wollen die Kawa-Naked-Biker (zumindest Varoufakis hat eine) nicht verlieren.<sup>58</sup>

Vor allem auf Varoufakis, den neuen, linken Finanzminister, schießen sich die *Bild*-Medien ein. Sie engagieren etwa eine Grafologin, die seine Handschrift untersucht und darin »Pathos und Geltungsbedürfnis« feststellt; die Schrift wirke »selbstgefällig« und gehe merkwürdigerweise im »Schlusszug wieder scharf nach links«, das wirke, »als würde er sich selbst wieder durchstreichen, als würde er unbewusst das zuerst Gesagte wieder zurücknehmen.«<sup>59</sup>

Wenig später ist *Bild* maßgeblich an einer bizarren Mittelfinger-Diskussion beteiligt, die sich tagelang hinzieht und weltweit für verwundertes Kopfschütteln sorgt.<sup>60</sup> Im Kern geht es um ein Video, in dem Varoufakis, wie *Bild* entrüstet schreibt, »uns den Mittelfinger« zeige.<sup>61</sup> Tatsächlich muss man die Geste im Kontext sehen: Das Video ist mehrere Jahre alt, Varoufakis zu dieser Zeit noch gar kein Minister und die Geste zur Illustration eines hypothetischen Szenarios gedacht, in dem Varoufakis den deutschen Banken den Finger

gezeigt hätte. Eine ebenso komplizierte wie belanglose Geschichte, die in den *Bild*-Medien auf die Nachricht reduziert wird, Varoufakis habe den Mittelfinger »gen Deutschland« gereckt:

Keine Krawatte, der Kragen seines Sakkos hochgestellt, Hände in den Hosentaschen: So zeigen die meisten Fotos Yanis Varoufakis. [...] Mit einer drastischen Geste – dem gestreckten Mittelfinger – zeigte er in der Vergangenheit auf Deutschland!<sup>62</sup>

Die Diffamierungskampagne – die bis heute immer mal wieder aufflammt – beschränkt sich aber nicht bloß auf die Politiker Griechenlands, sondern trifft immer wieder auch *die* Griechen als gesamtes Volk. Seit Beginn der »Pleite-Griechen«-Berichterstattung werden *Bild*-Attacken häufig so formuliert, dass sie sich auf *alle* Griechen beziehen: »So verbrennen *die Griechen* die schönen Euros!«<sup>63</sup> »Wer soll *den Griechen* noch glauben?«<sup>64</sup> »Keine Gnade mit *den Griechen!*«<sup>65</sup> Michalis Pantelouris, Journalist und Sohn eines Griechen, schreibt schon 2010:

Es wird das Bild gemalt von einer Nation, die in fauler Gier anstatt zu arbeiten lieber die EU ausgenommen hat und jetzt übertversorgt und fett am Strand liegt, während in Deutschland hart gearbeitet wird, um ihnen das Geld hinterher zu werfen. Natürlich braucht man keinen Nobelpreis, um zu erkennen, dass es so nicht stimmt. Man braucht gerade mal ein Gehirn.<sup>66</sup>

Aber auch: ein Mindestmaß an Informationen, um sich ein realistisches Bild machen zu können. Doch wie bei den Studenten der 68er, den Wölfen und anderen Feinden ersetzt *Bild* bei *den* Griechen Fakten durch Gefühle. In einer Untersuchung der Griechenland-Berichterstattung deutscher Medien kommt das *Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung* in der Hans-Böckler-Stiftung 2016 zu dem Ergebnis:

*Bild* berichtete in 81,6 Prozent der Artikel und damit am stärksten negativ über die griechische Regierung, setzte am intensivsten auf Negativis-



mus, war im geringsten Umfang ausgleichend zwischen verschiedenen Positionen, setzte gezielt Akteure mit negativen Positionen gegenüber der Regierung Griechenlands als Zitatgeber ein und stimmte dann in Artikeln am stärksten mit diesen überein. Die Reformagenda wurde zudem bei der Boulevardzeitung *Bild* im geringsten Umfang thematisiert. Es wurde sich nur auf sehr wenige Reformziele konzentriert, wie z. B. die Einführung einer Großvermögenssteuer, die Reform des Rentensystems oder eine Mehrwertsteuerreform. 73 spezifische Reformen wurden hingegen komplett ausgelassen, soviel wie bei keinem anderen Medium.<sup>67</sup>

Ende Februar 2015 ist die Berichterstattung auch im Bundestag ein Thema. Axel Schäfer, damals stellvertretender Vorsitzender der SPD-Fraktion, hält die (von ihm durchgestrichene) »NEIN«-Seite aus der *Bild*-Zeitung zu Beginn seiner Rede hoch und sagte unter Applaus:

Wir sind hier sicherlich in einer Reihe von Punkten unterschiedlicher Auffassung. Das ist auch gut so, dass wir das diskutieren. Aber in einem Punkt sollten wir uns hier alle [...] einig sein: Wir unterstützen keine Kampagnen gegen andere Länder. Wir unterstützen das nicht!<sup>68</sup>

»Die *Bild* spricht von den gierigen Griechen«, fügt er später in einem Interview hinzu, »aber wir beleidigen niemals ein Land. Wir gegen die – das gibt es nur im Fußball ...«<sup>69</sup>

»Zur Bildung kollektiver Identitäten«, schreibt der Friedensforscher Christoph Weller, »werden häufig Gruppen-Gemeinsamkeiten konstruiert – und damit zugleich Unterschiede zwischen Gruppen überbetont (z. B. im Nationalismus).« Wer solche Wahrnehmungsmuster propagiere, wer die Differenzen zwischen »uns« und »den anderen« übertreibe, trage zur Entstehung von Feindbildern bei.<sup>70</sup>

Die *Bild*-Medien sind voll mit solchen Differenzen, Wir-gegen-die ist eine der Basisemotionen ihrer täglichen Berichterstattung. *Wir* zahlen die Luxus-Renten der Griechen. *Wir* haben zu viele kriminelle Ausländer. *Wir* – das können *wir braven Steuerzahler* sein (»So gibt Merkel *unsere* Steuern aus«<sup>71</sup>) oder *wir Feuerwerksliebhaber*

(»Die Diesel-Hasser wollen *uns* jetzt das Böllern verbieten«<sup>72</sup>), aber in der Regel bedeutet es: wir Deutschen. *Wir* sind Papst. *Unsere* Fußballhelden. *Wir* werden von *den* Wölfen, von *den* Studenten, von *den* Griechen bedroht.

## Freund und Feind im Flaschenhals

Doch nicht in allen Fällen, in denen *Bild* einen Gegner ins Visier nimmt und hart attackiert, passiert dies zu Unrecht. Dafür etwa, dass Syriens Machthaber Baschar al-Assad, unter dessen Herrschaft im Bürgerkrieg viele Tausend Menschen getötet wurden, in *Bild* immer wieder als »Teufel«<sup>73</sup> bezeichnet und heftig kritisiert wird, gibt es gute Gründe. Und womöglich persönliche:

11.03 Uhr morgens. In einer Gasse von Aleppo, der bürgerkriegsumtosten Stadt in Syrien, spielen Kinder Fußball. [...] Sie scherzen, schreien und lachen. [...] Plötzlich durchbricht ein schrilles Pfeifen den Morgen. Dann ein Knall, er klingt als sei ein Haus eingestürzt. Brutaler Donnerroll! Ein schwarzer Rauchpilz steigt über die Stadt. Eine Panzergranate ist in der dicht besiedelten syrischen Zwei-Millionen-Metropole eingeschlagen, abgefeuert von Assads Schergen – genau in die Gasse, in der gerade die Kinder gespielt haben: Blut, Schreie. Zehn der Kinder, die gerade hier Fußball gespielt haben, sind sofort tot, die anderen 20 sind schwer verletzt.<sup>74</sup>

Dieser Bericht aus dem Kriegsgebiet ist 2013 erschienen und wurde geschrieben von: »BILD-Reporter Julian Reichelt«. Damals, vor seiner Zeit als Chefredakteur, ist Reichelt häufig in Krisenregionen unterwegs, immer wieder auch in Syrien, wo er Assads »Terrorfeldzug gegen sein eigenes Volk«<sup>75</sup> aus nächster Nähe miterlebt. »Warum hilft die Welt nicht den Kindern von Aleppo?«, fragt er damals und fordert immer wieder, Assad müsse gestoppt werden – »zur Not auch militärisch«<sup>76</sup>.

Fünf Jahre später wird Reichelt *Bild*-Chefredakteur und kann seinem Anliegen von nun an noch mehr Gehör verschaffen. So wird beispielsweise im März 2018, was selten passiert, fast die komplette

*Bild*-Titelseite für ein einziges Thema freigeräumt: den Krieg in Syrien. »Die Welt sieht weg – BILD nicht!«<sup>77</sup>, lautet die große Schlagzeile. Dazu zwei Fotos von einem neunjährigen syrischen Mädchen: einmal lebendig, einmal tot (»Alle Welt soll sehen, wie die Menschen in Syrien weiter leiden und sterben«). In einem Kommentar dazu, ebenfalls auf der Titelseite, werden neben »Schlächter Assad« insbesondere »das Schweigen der Welt und das deutsche Schweigen« verurteilt. Der Kommentar ist nicht überschrieben mit »Das meint Julian Reichelt«, sondern mit: »DAS MEINT BILD«.

»Anders als andere Zeitungen, in denen Chefredakteure ihren Redakteuren und Ressortleitern Freiheiten lassen«, schreibt Medienjournalistin Ulrike Simon 2011 (als Kai Diekmann noch *Bild*-Chef ist), »funktioniert *Bild* nach dem Flaschenhals-Prinzip: Alles muss durch das Büro des Chefredakteurs, *Bild* ist das Produkt von Kai Diekmann. *Bild* ist Diekmann.«<sup>78</sup> Heute ist *Bild* Reichelt.

So kann er seine Position heute nutzen, um mit geballter *Bild*-Macht jene Kämpfe fortzuführen, die er schon zu jungen Reporterzeiten begonnen hat. Gegen Baschar al-Assad genauso wie etwa gegen die »irren Mullahs«<sup>79</sup> des Iran oder gegen Russlands Präsidenten Wladimir Putin, der Assad unterstützt und einen »Vernichtungskrieg gegen die syrische Zivilbevölkerung«<sup>80</sup> geführt habe: Bis heute taucht Putin in *Bild*-Medien als »globaler Pate der Finsternis« (O-Ton Reichelt<sup>81</sup>) auf, und wer ihn unterstützt, von ihm unterstützt wird oder auch nur ansatzweise mit ihm zu tun hat, sollte sich auf was gefasst machen. Sogar Lothar Matthäus, seit Ewigkeiten ein guter Freund von *Bild*<sup>82</sup>, wird, nachdem er Putin bei der Fußball-Männer-WM 2018 die Hand geschüttelt hatte, mit einem zornigen Kommentar von Reichelt abgestraft: Er »sollte keine blutigen Hände schütteln!«. Damit mache er sich »zum Entschuldiger einer Mordmaschinerie«, zum »Erfüllungsgehilfen der politischen Propagandamission«. <sup>83</sup>

So können Freunde auch schnell mal zu Gegnern werden. Wie Barack Obama, von dessen Amtseinführung Reichelt 2009 noch ganz verzückt berichtet hatte (»Es war die Nacht, in der Washington D. C. mit der Weltgeschichte tanzte. Wild und ausgelassen. Ergriffen und gerührt. Elegant und glamourös!«<sup>84</sup>), der dann aber schnell in

Ungnade fiel, weil er nicht militärisch gegen Assad und Iran vorging. Zu dieser Zeit kann Reichelt das Ende von Obamas Amtszeit kaum erwarten, erklärt bis dahin immer wieder, »warum der US-Präsident seine Koffer packen sollte«<sup>85</sup>, und urteilt schließlich: »Obama geht als OHNmächtigster Mann der Welt!«<sup>86</sup>

Andersherum – vom Gegner zum Freund – entwickelt sich das Verhältnis selten, aber es kommt vor. Als Donald Trump 2016 die Wahl zum US-Präsidenten gewinnt, zeigt sich Reichelt zwar froh darüber, dass Obama endlich weg ist, doch er fürchtet Schlimmes: »Wie viel Regime steckt in dieser Regierung? Die Antwort: Beunruhigend viel, auf jeden Fall mehr als je zuvor«<sup>87</sup>, schreibt er damals und bezeichnet den Wahlsieg des »Rechts-Außen-Businessmanns« als »Alptraum Trump«<sup>88</sup>. Diese negative Einstellung ändert sich schlagartig im April 2017. Denn endlich tut ein US-Präsident das, was Reichelt sich so lange von Obama gewünscht hatte: Er feuert Raketen. »Seit gestern schläft Schlächter Assad nicht mehr sicher«, schreibt Reichelt nach einem US-Raketenangriff auf einen syrischen Militärflughafen. »Das macht die Welt ein wenig besser. Und auch wenn es vielen nicht in ihr Weltbild passen mag: Das ist Donald Trumps Verdienst.«<sup>89</sup> Fortan nimmt *Bild* den US-Präsidenten immer wieder in Schutz. »Trump ist nicht so dumm, wie seine Kritiker meinen«<sup>90</sup>, heißt es dann in *Bild*-Kommentaren zum Beispiel. Und mit jedem Raketenangriff scheint er in der Gunst von *Bild* zu steigen. Als im Januar 2020 ein iranischer Offizier und mindestens acht weitere Menschen durch einen von Trump angeordneten Angriff getötet werden, der Iran als Rache auf US-Truppen im Irak feuert, und Trump hierauf nicht mit Vergeltung reagiert, titelt die *Bild*-Zeitung groß: »Kein Krieg! Danke, Mr. President!«<sup>91</sup> Die Welt habe »vor einer Katastrophe« gestanden, doch Donald Trump habe sie gerettet.

### **»Wir finden die GUTT«**

Mit wie viel Energie und Einfallsreichtum *Bild* für Freunde in die Bresche springt, lässt sich seit mehr als zehn Jahren an der Berichterstattung über einen Mann beobachten, mit dem Julian Reichelt eine

ganz persönliche Geschichte verbindet: »Karl-Theodor Maria Nikolaus Johann Jacob Philipp Wilhelm Franz Joseph Sylvester Freiherr von und zu Guttenberg«, wie *Bild* ihn nach seiner Ernennung zum Wirtschaftsminister groß auf der Titelseite nennt, ohne zu merken, dass einer der Namen frei erfunden ist (Wilhelm; er stammt aus einem manipulierten Wikipedia-Eintrag).<sup>92</sup> Solche Nachlässigkeiten sollten der Redaktion in Zukunft aber nicht mehr passieren, denn schnell wird Guttenberg in den *Bild*-Medien zum glänzenden »Einhorn der deutschen Politik«<sup>93</sup> erklärt. Ein »Aufklärer und Erneuerer«, »attraktiv, bescheiden, voller Power«<sup>94</sup>.

Als Verteidigungsminister – »Minister Liebling«<sup>95</sup> – wird Guttenberg bei fast jeder seiner Auslandsreisen von *Bild* begleitet, genauer: vom damaligen *Bild*-Reporter Julian Reichelt, der den Kurs des »Klartext-Ministers« immer wieder lobt und sich für die deutschen Soldaten freut, die »nun endlich den Minister« hätten, »den sie verdienen«.<sup>96</sup> (Im Sommer 2010 kommt der Verteidigungsminister dann auch persönlich zur Vorstellung von Reichelts neuem Buch.<sup>97</sup>) Die Inszenierung des Ministers geht so weit, dass *Bild* ein exklusives Foto – Guttenberg in »Top-Gun«-Pose vor einem Kampffjet – fast seitenhoch auf die Titelseite druckt und sogar eine 3-D-Brille dazulegt: »Exklusiv in 3D: Minister Guttenberg fliegt im Kampffjet«.<sup>98</sup> Immer wieder erscheinen Zeilen wie »Guttenberg auch in China ein Star«<sup>99</sup> oder »Karl-Theodor und Stephanie zu Guttenberg: Total verschossen auf der Wiesn!«<sup>100</sup> oder »Sind Adelige die besseren Politiker?«<sup>101</sup>. Ende 2010 träumt *Bild* schon von Kanzler Guttenberg: »CSU-Chef, Ministerpräsident oder sogar Kanzler ... In welches Amt stürmt Guttenberg 2011?«<sup>102</sup> Als Guttenbergs »hinreißende Frau Stephanie«<sup>103</sup> eine Sendung bei RTL2 moderiert, machen die *Bild*-Medien in großem Stil Werbung dafür, lobpreisen die Show und ihre Macherin – »Deutschlands heimliche First Lady«<sup>104</sup> – wochenlang auf allen Kanälen (»Bravo, Stephanie zu Guttenberg!«, »Respekt, Frau zu Guttenberg!«)<sup>105</sup>, und als sie im Dezember 2010 mit ihrem Mann deutsche Truppen in Afghanistan besucht, erklärt *Bild* auf der Titelseite in großen Lettern: »Wir finden die GUTT! Nörgler, Neider, Niederschreiber: Einfach mal die Klappe halten!«<sup>106</sup>

Zwei Monate später, an einem Samstagabend, macht es sich der Juraprofessor Andreas Fischer-Lescano mit einem Glas Rotwein vor seinem Computer gemütlich. Auf dem Monitor vor ihm: die Dissertation von Karl-Theodor zu Guttenberg. Er hat die 475 Seiten bereits gelesen, jetzt will er eine Rezension für eine Fachzeitschrift schreiben. Bei einer routinemäßigen Google-Suche merkt er plötzlich, dass einige Passagen der Arbeit wortwörtlich aus anderen Publikationen übernommen wurden.<sup>107</sup>

Vier Tage später titelt die *Süddeutsche Zeitung*: »Plagiatsvorwurf gegen Guttenberg«.<sup>108</sup> Sofort stürzen sich nationale und internationale Medien auf die Enthüllung, nennen Guttenberg den »Lügenbaron«<sup>109</sup>. Rücktrittsforderungen kommen von allen Seiten. *Bild* aber geht mit voller Kraft in den Verteidigungsministerverteidigungsmodus. »Macht keinen guten Mann kaputt. Scheiß auf den Doktor«<sup>110</sup>, schreibt *Bild*-Kolumnist Franz Josef Wagner am Tag nach Bekanntwerden der Vorwürfe (obwohl er knapp zwei Jahre zuvor noch gegen jene »Uni-Luschen« gewettert hatte, die sich einen Dokortitel erkaufen: »Sich ein falsches Gehirn einpflanzen zu lassen, muss per Gesetz bestraft werden. Ein Dokortitel ist kein Busen, kein Facelifting und keine Straffung des Popos«<sup>111</sup>). Als Guttenberg kurz darauf verkündet, er wolle im Amt bleiben, titelt *Bild*: »GUT! Guttenberg bleibt!« Was hier geschehe, sei eine »Hetzjagd auf den beliebtesten Minister der Republik«.<sup>112</sup>

*Bild*-Redakteure treten in Talkshows auf, um dem Minister beizuspringen; Nikolaus Blome, damals Leiter des *Bild*-Hauptstadtbüros (dessen Buch der Minister eigentlich auch vorstellen wollte, bis die Plagiatsaffäre dazwischenkam<sup>113</sup>), wiegelt bei *Hart aber fair* ab: »Der Untergang des Abendlandes fällt aus, trotz dieser Doktorarbeit.« Bei *Maischberger* ringt eine *Bild-am-Sonntag*-Redakteurin, so beschreibt es der *Spiegel* später, »wie eine Ehefrau um Verständnis für den jungen Familienvater, der in siebenjähriger Nacharbeit seine Doktorarbeit erstellt, dabei ein paar Fehler gemacht und nun als großartiger Minister Ziel einer Kampagne geworden sei. Aber: ›Er ist auch ein Mensch.«<sup>114</sup> Der *Spiegel* nennt *Bild* damals die »Leibgarde von Karl-Theodor zu Guttenberg«.<sup>115</sup>

Kurz darauf startet *Bild* eine große Leseraktion. Auf der Titelseite

wird dazu aufgerufen, per Telefon und Fax (kostenpflichtig) darüber abzustimmen, ob Guttenberg Minister bleiben oder zurücktreten solle. Auch online kann man abstimmen. Als sich dort eine Mehrheit gegen den Minister abzeichnet, verschwindet die Umfrage von der Seite. Sie erscheint erst wieder, als Journalisten sich nach dem Ergebnis erkundigen – das da lautet: 56 Prozent wollen den Rücktritt; nur 35 Prozent finden, er mache seinen Job gut.<sup>116</sup> Tags darauf titelt *Bild*: »87 % Ja-Stimmen beim BILD-Entscheid – ›Ja, wir stehen zu Guttenberg!«<sup>117</sup> Die Zahl, behauptet die Zeitung, stamme aus dem Telefon- und Fax-Voting; die Online-Umfrage wird gar nicht erwähnt und in den Tiefen der Website versteckt.<sup>118</sup>

Sogar nach dessen Rücktritt ist *Bild* offenkundig bemüht, Guttenbergs Ansehen zu beschützen: Am Tag nach der Rücktrittserklärung beschreibt Julian Reichelt unter der Überschrift »Ich war mit dem Minister im Krieg« in herzerwärmenden Worten, wie Guttenberg einmal in ein brennendes Flugzeug kletterte, um für seinen Piloten, der Geburtstag hatte, eine Kiste Bier zu holen. Er habe oft von »Pflicht« und »Anstand« gesprochen, und Reichelt könne »bezeugen, dass seine Taten zu seinen Worten passten«.<sup>119</sup>

Bis heute berichten die *Bild*-Medien (oft exklusiv) über Guttenbergs Projekte<sup>120</sup> und Aussagen<sup>121</sup>, lassen ihn Gastkommentare schreiben<sup>122</sup>, feiern auf der Wiesn »große Gaudi mit Guttenbergs«<sup>123</sup>. 2017, gerade mal einen Tag nach seinem ersten öffentlichen politischen Auftritt seit der Plagiatsaffäre, bringen sie ihn schon wieder als Kanzler ins Spiel.<sup>124</sup>

So behandelt *Bild* Freunde.

Feinde hingegen bekommen Dinge untergeschoben, die sie nicht verbrochen haben, ob den Brand in einem Möbelhaus oder den Mord an einem Chihuahua. Mit übertriebenen oder falschen Schlagzeilen werden sie so lange verteufelt, bis sie von Lesern beschimpft, manchmal regelrecht gejagt werden. Zwar werden nicht alle *Bild*-Gegner gleichermaßen attackiert, aber wenn man einmal ins Visier gerät, kommt man nur schwer wieder raus, es sei denn, man feuert Raketen auf Assad.

Ob ein Mensch, eine Gruppe von Menschen, ein Staat, ein Volk oder ein Tier von *Bild* als Freund hofiert oder als Feind heruntergeschrieben wird, hängt aber nicht ausschließlich von den Leitsät-

zen Axel Springers und der politischen Weltsicht Julian Reichelts ab. Dass der Wolf in *Bild* seit Jahrzehnten als Monster gebrandmarkt wird, hat vermutlich weder mit dem einen noch dem anderen zu tun. Manchmal geht es bloß darum, Angst zu machen.



## 2.

# »Frieden schaffen mit Atomwaffen!«

***Bild* unter Julian Reichelt**

»Er hat Fehler gemacht«, sagt Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender des Axel-Springer-Verlags, im März 2021 in einer Pressemitteilung über Julian Reichelt.<sup>1</sup> Doch bereits im nächsten Satz erklärt er, dass der Vorstand eine Trennung von Reichelt »für unangemessen« halte. Der *Bild*-Chef darf bleiben.

Vorausgegangen war der Pressemitteilung eine interne Untersuchung gegen Reichelt, ein sogenanntes Compliance-Verfahren. Im Kern ging es dabei, wie der Verlag es formuliert, um »Vorwürfe des Machtmissbrauchs im Zusammenhang mit einvernehmlichen Beziehungen zu Mitarbeiterinnen sowie Drogenkonsum am Arbeitsplatz«. Diese Vorwürfe habe Reichelt bestritten. Vorwürfe oder Anhaltspunkte für sexuelle Belästigung oder Nötigung, die von einigen Medien kolportiert worden seien, habe es im Untersuchungsverfahren nicht gegeben. Jedoch habe Reichelt »die Vermischung von beruflichen und privaten Beziehungen eingeräumt«. Es seien »Fehler in der Amts- und Personalführung« festgestellt worden, teilt der Verlag mit.

Es gebe zwar »keinen rechtlichen Handlungsbedarf«, so Döpfner, es bestehe aber »Änderungsbedarf bei der Führungskultur«, darum werde Reichelt fortan jemand zur Seite gestellt: Alexandra Würzbach, bisher Chefredakteurin von *Bild am Sonntag*, werde als gleichberechtigte Vorsitzende mit ihm die *Bild*-Chefredaktionen leiten.

Reichelt werde sich auf die Schwerpunkte *Bild* Print und Digital sowie den TV-Bereich konzentrieren, Würzbach auf *Bild am Sonntag* und das übergreifende Personal- und Redaktionsmanagement.

»Ich weiß, ich habe im Umgang mit Kolleginnen und Kollegen Fehler gemacht«, sagt Reichelt in derselben Pressemitteilung, ohne genau zu erklären, worin diese bestanden.

In den Wochen zuvor waren die Vorwürfe gegen ihn in Medienberichten konkreter beschrieben worden, unter anderem vom *Spiegel*, der die Vorgänge als erstes Medium publik machte<sup>2</sup>, und von der *Zeit*, in der es hieß:

Reichelt soll Mitarbeiterinnen, mit denen er eine intime Beziehung gehabt habe, begünstigt und teilweise später wieder fallen gelassen haben, so lauten jedenfalls die Vorwürfe. [...] in einigen Fällen soll es sich um junge, unerfahrene Journalistinnen gehandelt haben.<sup>3</sup>

Als die Vorwürfe bekannt und viele Details öffentlich breitgetreten werden, sagt Journalismus-Professor Tanjev Schultz in der *Frankfurter Rundschau*, er sehe »einen öffentlichen Impuls, jetzt mit Häme und Vorverurteilungen an die Sache heranzugehen«. Aber man müsse sich »vor Selbstradikalisierung schützen, vor Schadenfreude und Häme«. Und:

Man braucht die aktuellen Vorgänge nicht, um die *Bild*-Zeitung als problematisch einzustufen.<sup>4</sup>

Denn neben dem persönlichen Verhalten von Julian Reichelt gibt es ja noch sein publizistisches.

## »FRAGWÜRDIGE METHODEN«

»Schulen und Kitas wegen falscher Corona-Studie dicht«, schreibt *Bild* am 26. Mai 2020 groß auf Seite 1. Im Blatt lautet die Überschrift: »Drosten-Studie über ansteckende Kinder grob falsch«. Es seien »FRAGWÜRDIGE METHODEN« zum Einsatz gekommen.<sup>5</sup> Die *Bild*-Geschichte wird stark kritisiert. Sogar von den Wissenschaft-

lern, die *Bild* als Kronzeugen gegen den Virologen Christian Drosten im Beitrag anführt. Sie alle distanzieren sich umgehend von dem Bericht. Einer schreibt bei Twitter, dass er »nicht Teil einer Anti-Drosten-Kampagne sein« wolle.<sup>6</sup> Ein anderer stellt klar: »Ich wusste nichts von der Anfrage der *Bild* und distanziere mich von dieser Art Menschen unter Druck zu setzen auf das schärfste.«<sup>7</sup>

Bereits einen Tag zuvor hatte Christian Drosten bei Twitter einen Screenshot einer E-Mail des *Bild*-Autors veröffentlicht.<sup>8</sup> Dieser wollte, dass der Wissenschaftler Fragen zu seiner Studie beantwortet, und räumte dafür lediglich eine Stunde ein. Das Verhalten von *Bild* sorgt für größeres öffentliches Entsetzen – über die Schärfe des Angriffs, den aufgebauten Druck in der Anfrage, das Hochjazzen einer eigentlich vorsichtigen Formulierung des Virologen, das Unverständnis der Redaktion für wissenschaftliche Abläufe und Diskussionen, die falsche Verknüpfung zwischen Drostens Studie und Schulschließungen.<sup>9</sup>

Eineinhalb Wochen später interviewt Mathias Döpfner Julian Reichelt in einem Podcast des Axel-Springer-Verlags.<sup>10</sup> Sie sprechen über die »flächendeckende Empörung«, der *Bild* ausgesetzt sei, die »Wutausbrüche über *Bild* generell, aber ganz besonders über die Berichterstattung von *Bild* über den Virologen Drosten«. Dabei gibt Döpfner Reichelt die Chance, ausgiebig zu erzählen, wie wichtig die Arbeit von *Bild* für die Gesellschaft sei. Er gibt dankbare Stichworte, die Reichelt aufgreifen kann, um den Artikel über Christian Drosten zu verteidigen. Döpfner sagt, er sehe Reichelt als »absoluten Gerechtigkeitsfan«. Der Springer-Vorstandsvorsitzende wirft sich schützend vor den *Bild*-Chef.

Im *Spiegel* sagt Julian Reichelt damals, die Kritik am Drosten-Artikel, insbesondere vom *Spiegel* und der *FAZ*, sei eine »üble Kampagne« gegen die »vollkommen legitime Berichterstattung« von *Bild*.<sup>11</sup>

So perlen solche publizistischen Fehlschläge einfach an ihm ab. Wenn die *Bild*-Medien über einen »Sex-Mob« von Geflüchteten schreiben und sich später herausstellt, dass nichts davon stimmt, sagt Reichelt Sachen wie: »Es fällt mir grundsätzlich leicht, mich zu entschuldigen, wenn wir Fehler gemacht haben«<sup>12</sup>, und zieht mit seinem Team weiter zur nächsten Geschichte.<sup>13</sup> Wenn es dem Satiremagazin

*Titanic* ein Jahr später gelingt, *Bild* gefälschte E-Mails unterzujubeln<sup>14</sup>, aus denen die Redaktion eine Kampagne gegen die SPD und den damaligen Juso-Chef Kevin Kühnert bastelt (vgl. Nachwort), sagt Reichelt Sachen wie: »Wichtig ist: Wir sind nicht auf *Titanic* reingefallen.«<sup>15</sup> Wenn *Bild* private Whatsapp-Nachrichten eines Kindes veröffentlicht, dessen fünf Geschwister gerade getötet wurden, und dafür heftig angegangen wird<sup>16</sup>, sagt Reichelt Sachen wie: »Der Zorn richtet sich gegen *Bild*, aber eine *Bild*-Geschichte ist das nicht«, und rechtfertigt sich damit, dass andere auch berichtet hätten.<sup>17</sup>

Gestürzt ist Reichelt weder über die eine Sache noch über die anderen. Redet man mit aktuellen oder ehemaligen *Bild*-Mitarbeitern, kommt immer auch die Frage auf: Warum hält der Verlag an Reichelt fest? Man erzählt sich, dass Friede Springer, die Witwe des Verlagsgründers Axel Springer, den *Bild*-Chef nicht sonderlich schätzen soll. Doch der Springer-Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner steht zu ihm. Nach Abschluss des Compliance-Verfahrens im März 2021 sagt er vor der *Bild*-Belegschaft über Reichelt:

Ich halte die publizistische Rolle, die Julian in den vergangenen Jahren gespielt hat, für extrem richtig und extrem wichtig für dieses Land.<sup>18</sup>

Der inhaltliche Kurs von *Bild* unter Reichelt habe »bei allen Fehlern, die es da in der Vergangenheit gegeben hat«, breiteste Unterstützung im Vorstand, im Aufsichtsrat und in den Shareholder-Committees. Döpfner sagt: »Weiter so!«

## **Zurück in den Kalten Krieg**

Seit Reichelt *Bild*-Chefredakteur ist, hat sich der Kurs des Blattes verändert. Es ist wieder lauter und aggressiver geworden. Politische Themen und Kriminalität dominieren die Titelseite und die wichtigen Seiten 2 und 3. In ihre großen Schlagzeilen gießt *Bild* häufig das, was für Kopfschütteln oder, noch besser, für Wut sorgen kann. »Es wird getrieben und gejagt, mal geht es gegen Hartz-IV-Betrüger, mal gegen ausländische SPD-Mitglieder. Was *Bild* an Auflage verloren hat, macht Reichelt durch Gebrüll wieder wett«, schreiben

Isabell Hülsen und Alexander Kühn im *Spiegel* über den veränderten Stil bei *Bild*. Der neue Chef stehe für einen Boulevardjournalismus, »von dem man dachte, dass er selbst dem Springer-Verlag peinlich geworden sei«. Es scheine, als brauche Reichelt den Konflikt: »Wo keiner ist, zettelt er einen an.«<sup>19</sup>

Ein Blick zurück zeigt, wie sich *Bild* unter Reichelt verändert hat. Im März 2013, Julian Reichelt hat noch keine Führungsposition bei den *Bild*-Medien inne, klingen die großen Schlagzeilen auf der Titelseite unter anderem so:

- Hier fliegt unser Papst in Rente!
- SPRUNG IN DER SCHÜSSEL? Politiker beschließen Unisex-Toilette!
- TV-Star als Ossi-Schlampe beleidigt!
- Arbeitsamt vermittelt Frauen als Huren!
- Verdammter Lungen-Krebs! Dieter Pfaff (65) ist tot.
- RTL kippt Sex-Sendung – Weil ER & SIE Geschwister sind
- Poker-Profi holt 1 Million bei Jauch!
- Wie gerecht sind unsere Löhne? Der große Vergleich von 100 Berufen
- DER NEUE CHINA-PRÄSIDENT XI JINPING – DER NEUE PAPST FRANZISKUS – Wie verändern diese Männer die Welt?
- Kanzlerin Merkel – Altenpfleger haben einen härteren Job als ich!
- So schummeln sich die Stars schlank!
- Hier kauft Jenny Elvers Bier<sup>20</sup>

Promis, TV, Sex – darum dreht sich der voyeuristische *Bild*-Boulevard zu dieser Zeit. Fünf Jahre später sind die *Bild*-Titelgeschichten düsterer, spalterischer, stärker meinungsgetrieben. Schmuddelgeschichten rücken in den Hintergrund, stattdessen geht es jetzt um Politik, Gewalt, den Islam. Im März 2018, Julian Reichelts erstem Monat als Chefredakteur der *Bild*-Zeitung, lauten die Schlagzeilen auf Seite 1 unter anderem:

- Diesel-Chaos – Darum droht jetzt ein Verkehrs-Kollaps
- MILDE FÜR TOTRASER – Oberstes Gericht hebt Mord-Urteil auf
- SCHARIA-GERICHT IM KINDERZIMMER

- 7 JAHRE KRIEG IN SYRIEN – Die Welt sieht weg – BILD nicht!
- Millionen sahen den ARD-Film – Das Leben der Gladbeck-Gangster heute
- Die traurige Wahrheit über Armut in Deutschland – 1,7 Mio. Kinder leben von Hartz IV!
- So pfuscht das Umwelt-Ministerium mit Tausenden Diesel-Toten
- Doc Müller-Wohlfahrt – Sprech-Stunde für die BILD-Leser
- Syrien-Massaker – Nerven-Gift-Anschlag in Europa – Mays Ultimatum ignoriert – WIE WEIT GEHT PUTIN NOCH?
- Der neue Heimat-Minister Seehofer – »Der Islam gehört NICHT zu Deutschland«
- Bis zu 300 % mehr Angriffe – Messer-Angst in Deutschland
- Islamismus-Alarm an Grundschulen – DER ZORN DER ELTERN<sup>21</sup>

Reichelts *Bild* zufolge herrscht ständig Chaos und Angst in Deutschland. Die ideale Titelseite, so die *Spiegel*-Autoren Hülsen und Kühn, bestehe aus: »Hetze gegen, Skandal um, Jagd auf. Und wenn es Wildschweine sind. Stimmung machen, Angst schüren, das volle Programm.«<sup>22</sup>

Julian Reichelt hat einen steilen Aufstieg hinter sich: Als Reporter bei *Bild* angefangen, ab Februar 2014 Chef bei *Bild.de*, im Februar 2017 zusätzlich die Beförderung zum Vorsitzenden aller Chefredaktionen.<sup>23</sup> Damit schwebt er in der Hierarchie über den Chefredakteuren der gedruckten *Bild*, der *Bild am Sonntag* und des regionalen Springer-Boulevardblatts *B.Z.* Chefredakteurin der gedruckten *Bild* ist zu dieser Zeit Tanit Koch. Im März 2018 tritt sie von diesem Posten allerdings zurück, verlässt den Verlag, und Reichelt übernimmt.<sup>24</sup>

Vor Julian Reichelt und vor Tanit Koch prägt Kai Diekmann als *Bild*-Chefredakteur von 2001 bis 2015 die Linie des Blattes.<sup>25</sup> Es gibt nicht wenige, die diese Phase romantisieren, zu einer Zeit von »Smoking und Salon«<sup>26</sup> verklären. Dabei macht *Bild* auch damals Menschen mit erfundenen Schlagzeilen fertig<sup>27</sup>, hetzt unter anderem gegen die »Pleite-Griechen«<sup>28</sup> und initiiert weitere groß aufgezogene Kampagnen; zwei der bekanntesten sind wohl jene gegen Moderator Jörg Kachelmann, dessen Persönlichkeitsrechte *Bild*

schwer verletzt<sup>29</sup>, und gegen Bundespräsident Christian Wulff, den *Bild* mit ihrer Berichterstattung ins Wanken bringt<sup>30</sup>. Personen, die nicht in der Öffentlichkeit stehen und das auch nicht wollen, zerren Diekmann und *Bild* ins Rampenlicht. Sogar Kinder: »Lucy (13) brutal erschlagen – Sie hatte gerade ihren ersten Liebesbrief geschrieben«<sup>31</sup>, titelt *Bild* im Mai 2006 (Name von uns geändert). Gerhard Henschel dokumentiert den Fall in seinem Buch »Gossenreport – Betriebsgeheimnisse der *Bild*-Zeitung«:

Kai Diekmann hatte, wir erinnern uns dunkel, feierlich erklärt, *Bild* behellige niemanden, der sein Privatleben privat lebe. Die Liebesbriefe einer ganz normalen dreizehnjährigen Schülerin, ihr Geschlechtsleben und der Zustand ihres Jungfernhäutchens wären, wenn Diekmann die Wahrheit gesprochen hätte, kein Thema für *Bild*. Und trotzdem informierte *Bild* die Nation am 26. Mai 2006 darüber, dass [Lucy] zwar »schon die Pille« genommen, mit dem festen Freund aber »bisher nur gekuschelt und geknutscht« habe. Dazu gab es ein großes Foto von dem Mädchen und ein gestochen scharfes ihres jüngsten Liebesbriefs zu sehen.<sup>32</sup>

Trotz solcher Geschichten wird *Bild* später als weniger schlimm wahrgenommen; eher als schlüpfriges, buntes Knallblatt mit dem erst aalglatten und später selbstironischen Diekmann an der Spitze. Die *Bild*-Aufreger sind schnell wieder verziehen. So stellt die *Zeit* 2012 nach eingehender Lektüre fest:

Wenn man *Bild* über Wochen Tag für Tag aufmerksam liest, findet man ein meist zivilisiertes Boulevardblatt, das auf Klatsch und Unterhaltung setzt und oft mit Belanglosigkeiten über Dieter Bohlen und seine Sendung aufmacht. Ob »Deutschland sucht den Superstar« eine Frauenquote brauche, ist so eine Story, die *Bild* wirklich exklusiv hat.

Heute gibt es in *Bild* zwar immer noch große Geschichten über Prominente. Damit diese auf Seite 1 landen, muss es sich aber schon um außerordentliche Neuigkeiten und um große Namen handeln. Vermutlich liegt das auch daran, dass Fans ihren Stars inzwischen bei Instagram viel näher sein können als bei einer *Bild*-Geschichte.