

27. Februar 2015

„Ist das Journalismus oder kann das weg?“

Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz

Historische Tage im deutschen Journalismus? Führende Köpfe der Branche stellen sich wegen der „Bild“-Selfie-Aktion gegen „die gierigen Griechen“ öffentlich die Frage, „Ist das Journalismus oder kann das weg?“ (Bernd Ulrich, ZEIT).

Die „Bild“-Selfie-Aktion gehört zum Geschäftsmodell des Springer-Blattes wie das Feuer zur Hölle. Seit fünf Jahren fährt „Bild“ eine Kampagne gegen die „faulen und korrupten Pleite-Griechen“ mit immer wieder neuen Aktionen und Gags, die alle mit Journalismus nichts, aber auch gar nichts zu tun haben. Und was macht die deutsche Journalistenbranche? Im Mai 2011 meldet „Bild“: „Riesen-Lob für die BILD-Berichterstattung über die Griechenland-Schuldenkrise“, zwei ihrer Redakteure bekamen den Herbert-Quandt-Medienpreis zugesprochen. Im Februar 2015 hebt der Vorsitzende des Journalistenverbandes wegen der Selfie-Aktion mahnend die Stimme, hier sei die Grenze zur politischen Kampagne überschritten. Guten Morgen, Herr Konken!

Der Journalismus (nicht nur) in Deutschland kann sich nicht entscheiden, ob er das „Bild“-Geschäftsmodell wegen seiner wirtschaftlichen Erfolge für ein Vorbild der Branche oder für ein abschreckendes Beispiel halten soll. Im Zweifel galt das Motto: „Bild“ hochhalten, fotografieren und mitmachen. Siehe die Anti-Wulff-Kampagne, für die „Bild“ den Henri-Nannen-Preis 2012 erhielt. Die Kritik an Einzelaktionen von „Bild“ bleibt ein billiges Alibi, solange das Problem, wie sehr das „Bild“-Geschäftsmodell den Journalismus kaputt macht, nicht offensiv diskutiert wird.

„Wenn das Journalismus ist, dann gehört James Bond in die Rubrik Dokumentarfilm“ haben wir in der OBS-Studie über „Die ‚Bild‘-Darstellung der Griechenland- und Eurokrise 2010“ geschrieben. Eine Debatte über Alleinstellungsmerkmale des Journalismus - und warum „Bild“ sie nicht erfüllt – ist überfällig.

Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz sind Autoren dreier Bild-Studien, die die OBS veröffentlicht hat. Die erste Studie untersucht die „Bild“-Berichterstattung der Griechenland- und Eurokrise 2010; die zweite die „Wulff-Affäre“ und die dritte die Bundestagswahl 2013.

Informationen, Zusammenfassungen und weiteres Material zu Bild: www.bild-studie.de

Kontakt:

Jupp Legrand
Wilhelm-Leuschner-Str. 79
60329 Frankfurt am Main

Tel.: (069) 6693 – 2810

jupp.legrand@otto-brenner-stiftung.de