

5. Juni 2002

medien heft

Die Lust am Guten?

Der Fall Raoul Wütrich und der "Blick"

Katharina Bart

Der jüngste Streit zwischen dem von Berlin abberufenen Schweizer Botschafter Thomas Borer und dem Verlagshaus Ringier liess viele vor der Macht des Boulevardjournalismus erzittern. "Blick" bezog klar gegen Borer Position und forderte seine Absetzung. Als Borer kurz darauf tatsächlich ins EDA nach Bern gerufen wurde, schien selbst "Blick"-Chefredaktor Jürg Lehmann von der Wirkung seiner Forderung etwas überrascht zu sein. Die Analyse vergangener "Blick"-Kampagnen offenbart eine mögliche Erklärung für Lehmanns Reaktion (vgl. Bart 2001).

Die Theorie weiss: Eine erfolgreiche Boulevardkampagne garantiert gute Auflagen, da sie die Leserschaft über einen längeren Zeitraum an die Zeitung bindet. Ferner lebt der Boulevardjournalismus vom Informations-Recycling. Bereits veröffentlichte Facts werden von verschiedenen Seiten her immer wieder und wieder beleuchtet. Alle Facetten der Kampagne auszuloten würde die Leserschaft faszinieren, meinte Lehmann in einem Interview (Lüthi 2001:77). Vermutlich hätte der "Blick" gerade diese bewährte Methode auch im Fall Borer angewandt, wenn das EDA nicht mit Borers Abberufung einen Schlussstrich unter die Angelegenheit gezogen hätte.

Die Mechanismen des Boulevard werden bei der gross angelegten "Blick"-Kampagne um Raoul Wütrich sichtbar. Die Ereignisse um den 11-jährigen schweiz-amerikanischen Doppelbürger Raoul Wütrich schlugen im Herbst 1999 in der Schweiz grosse Wellen. Raoul wurde in einer undurchsichtigen nächtlichen Aktion von der lokalen Justizbehörde verhaftet und in eine Jugendstrafanstalt gesteckt. Die Behörden bezichtigten ihn des Inzests mit seiner jüngeren Schwester. Ein moralischer Aufschrei hallte durch die Redaktion des "Blick", der die Story mit 15 Titelseiten und 73 weiteren Artikeln zum Medienereignis machte. Die "Blick"-Berichterstattung löste in der Folge eine Medienlawine aus. Das Thema Raoul war in zahlreichen Schweizer Medien zu finden. Der "Blick" hatte "sein" Thema erfolgreich inszeniert und vermarktet.

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM Kommunikation und Medien – ZOOM K&M), ISSN 1424-4594.

Herausgeber: Katholischer Mediendienst und Reformierte Medien, Redaktion: Judith Arnold, Matthias Loretan, Urs Meier,

Adresse: Medienheft, Bederstrasse 76, Postfach 147, CH-8027 Zurich, Telefon: +41 (0)1 204 17 70, Fax: +41 (0)1 202 49 33,

E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch; kostenloser Bezug via Internet oder Mailinglist. Bezug der Medienheft Dossiers (ca. drei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. MwSt. SFr. 30.– (Ausland SFr. 35.–).

medien heft

Die vom "Blick" konstruierte Medienkampagne beruhte auf einer Kette von Ausgangsintentionen: Die erste Prämisse der Blick-"Logik" war die Annahme, dass Raouls Verhaftung "falsch" gewesen sei. Dies hatte die weitere Annahme zur Folge, dass die Justiz der Vereinigten Staaten unter einem mangelnden Rechtsverständnis leiden würde, da sie mit unverhältnismässiger Strenge auf die Anschuldigungen einer Nachbarin reagieren würde. Das harmlose Entdecken der Sexualität der Kinder könne kaum als Inzest oder sexuelle Nötigung gelten. Trotz der internationalen Proteste hielten die Behörden an ihrer Entscheidung fest. Hier liess sich eine ähnliche Arroganz finden, die bereits bei der Diskussion um die Rolle der Schweiz im Zweiten Weltkrieg zu spüren war. "Blick" war sich durchaus bewusst, dass die Vorwürfe am schweizerischen Nationalstolz gekratzt hatten. Die Affäre um den kleinen Raoul bot eine Möglichkeit der moralischen Revanche.

Die Zugänge zum Thema waren vielfältig: Für den "Blick" war die Stossrichtung klar: Bereits der erste Artikel vom 11. Oktober 1999 sprach vom "unerhörten Vorwurf" der sexuellen Belästigung gegen Raoul, der von einer "verklemmten Amerikanerin" (Wütrich 1999:1) erhoben worden war. In den Augen der Redaktion war das Justizsystem im Land der unbegrenzten Möglichkeiten verklemmt und uneinsichtig. Im immerwährenden Kampf des Guten gegen das Böse konnten die Rollen nun verteilt werden – das Stück war geschrieben, das Ende aber noch unklar. Raoul wurde zum Opfer der amerikanischen Behörden, die in ihrem Justizsystem die Zeiten des *wild west* und damit eine unschweizerische Willkür beibehielten. Die Rolle des Helden schrieb sich der Blick auf die Brust. In der Berichterstattung des "Blick" war die Schweiz eine Insel der Vernunft. In logischer Konsequenz musste Raoul in die Schweiz geholt werden. Doch Raoul war Amerikaner. Erst sein Stiefvater, der Schweizer Andreas Wütrich, bescherte ihm den Schweizer Pass. Für den Blick waren diese Details Nebensache. Es galt, eine intakte Schweizer Familie aus der Tyrannei der Willkür zu befreien. Im Laufe der Ereignisse wurde die Redaktion am 23. Oktober 1999 von einer unangenehmen Tatsache überrascht: Die "Denver Post" berichtete tags zuvor, dass Raouls Eltern eine Internet-Firma mit dem Namen "ultimatefantasies.com" gegründet hätten. Der "Blick"-Kampagnestoff schien nicht ganz makellos zu sein. Dennoch hielt sich der "Blick" mit einem Urteil vorerst zurück: "Wir wollen auch nicht die Eltern vorschnell verurteilen"(Lehmann 1999:1). Einen Tag später war das Urteil gefällt: "Raoul: so schaden ihm seine Eltern" (Just/Fahmy 1999:14). Andreas und Beverly Wütrich schieden unrühmlich aus der Kampagne aus. Raoul stand nun ganz alleine und hilflos da. Der "Blick" vermochte diesen peinlichen Zwischenfall voll zu seinen Gunsten auszunutzen.

Der "Blick" bezog aber nicht nur auf dem journalistischen Parkett Partei für Raoul, sondern startete am vierten Tag der Kampagne eine Unterschriftensammlung. Die Leserschaft wurde aufgefordert, beim amerikanischen Botschafter in Bern gegen die "absurde Gefangenschaft" (Lehmann, ebd.) zu protestieren. Eine Woche später lancierte der "Blick" eine Spendenaktion zur Deckung der Anwaltskosten, welche die finanziellen Verhältnisse der Eltern überstiegen. Die ersten 5000 Franken zahlte selbstverständlich der "Blick" – man liess sich die gute Sache etwas kosten. In den folgenden zwölf Tagen berichtete das Blatt sechsmal über die Bilanz ihrer Aktion. Schlussendlich kamen über SFr. 100'000 aus den Taschen von besorgten "Blick"-Lesern und Leserinnen zusammen. Beide Unternehmen – die Sammlung von Unterschriften und von Geld – waren nobel, aber nicht selbstlos. Somit war, auch ohne nennenswerte Neuigkeiten, für regelmässigen Boulevardstoff gesorgt.

medien heft

Der "Blick" hat es im Fall Raoul verstanden, die Gunst der Stunde zu nutzen. Sein investigativer Journalismus hat Früchte getragen. Das Thema wurde, nachdem es der "Blick" publik gemacht hatte, mit viel Interesse aufgenommen. Auch in der Folge lieferte der "Blick" als Pionier der Geschichte die entscheidenden Impulse und prägte den weiteren Verlauf der Medienereignisse (vgl. Bruck/Stocker 1996:274).

Fragen wir uns: Hat der "Blick" die journalistische Aufgabe der ausgewogenen und differenzierten Berichterstattung erfüllt? Hier zeigen sich Mängel. Das Vorfeld der Ereignisse wurde ausgeklammert. Hintergrundinformationen wie etwa die, dass Raoul bereits vor seiner Verhaftung mit seiner Schwester mehrere Sitzungen bei Sozialarbeitern und Jugendpsychologen hinter sich hatte, oder eine Erklärung des juristischen Formfehlers, dem Raoul seine Freiheit zu verdanken hatte, blieb der "Blick" schuldig. Der Fall Raoul warf auch Fragen nach der sexuellen Entwicklung von Kindern auf ("Was ist Inzest oder spielerisches Entdecken zwischen Kindern?"). Dabei handelt es sich um tabubehaftete Fragen, die in den zwei Kulturen, deren Umgang mit dem Thema Sexualität unterschiedlicher nicht sein könnte, divergent beantwortet werden. Der "Blick" zeigte aber kein Interesse daran, die journalistische Aufgabe der Verständigung wahrzunehmen.

Das Eigeninteresse war der Motor der "Blick"-Kampagne. Die personenzentrierte Berichterstattung hatte viele blinde Flecken. Seismographisch registrierte der "Blick" lediglich die Reaktionen in der Familie. Alle erschienenen Artikel bezogen Position für die Sache Raouls. Nur 4% aller Meldungen enthielten Experteneinschätzungen oder Informationen, die für die Leserschaft einen weiteren bzw. ausserfamiliären Bezugsrahmen geschaffen hätten. Die volksnahe Sprache des "Blick" erschwerte zudem eine differenzierte Berichterstattung: Raoul und seine Schwester hätten "döckerlet" und er hätte ihr beim "pissi machen" helfen wollen.

Nachdem sich der Sturm gelegt hatte, beklagte sich die Neue Zürcher Zeitung darüber, dass die Ereignisse um Raoul den Schweizer Journalismus rund einen Monat lang "verklavt" hätten (Neue Zürcher Zeitung, 19.11.1999, S. 75). Die NZZ selbst berichtete sehr zurückhaltend über die Ereignisse um Raoul und vermied tunlichst eine Zuordnung zum Ressort Ausland oder Inland. Mit einer Ausnahme erschienen alle Artikel bei den Vermischten Meldungen.

Der "Blick" war in seiner Selbstwahrnehmung der rettende Held, der mutig gegen das grosse Amerika für eine gerechte Sache angetreten war. Raoul Wütrich wurde sechs Wochen nach seiner Verhaftung freigelassen. Mit den Worten von Chefredaktor Lehmann hätte der "Blick" gezeigt, dass sein hartnäckiger "Einsatz für eine gerechte Sache dem Recht zum Durchbruch verhelfen kann". In Wirklichkeit hatte der "Blick" die Geschichte Raouls zu einem Phänomen der Boulevardpresse degradiert. Doch was bleibt zurück vom Fall Raoul? Ein Junge, dessen Geschichte man in der Schweiz kennt? Wohl kaum, denn der "Blick" war kurz darauf auf einer neuen heissen Spur... !

Katharina Bart studierte Journalistik in den USA und absolvierte den Diplomstudiengang für Journalistik an der Universität Fribourg.

Literatur:

Bart, Katharina (2001): Der Fall Raoul Wütrich: Im Spannungsfeld zwischen Schweizer Hysterie und amerikanischer Tabuisierung. Ein Vergleich. Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Fribourg:
www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/Diplomarbeit_BartKatharina.pdf

Baur, Alex (2002): "Auf den Hund gekommen. Hintergründe einer 'Blick'-Kampagne". In: Neue Zürcher Zeitung, 03.05.2002, Zürich.

Bruck, Peter A. / Stocker, Günther (1996): "Die Ganz Normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen". Münster, S. 274.

Just, Carl / Fahmy, Monika (1999): "Raoul: So schaden ihm seine Eltern!" In: Blick vom 24.10.1999, Zürich.

Lehmann, Jürg (1999): "Raoul unterstützen wir – so oder so!" In: Blick vom 24.10.1999, Zürich.

Lehmann, Jürg (1999): "Lasst Raoul frei". In: Blick vom 15.10.1999, Zürich.

Lüthi, Sabine (2001): "Wir sind Themenkönig geworden". In: Tages-Anzeiger vom 7.6.2001, Zürich.

Neue Zürcher Zeitung (1999): "Geringe medienpolitische Experimentierlust: Die technische Entwicklung als gesetzgeberische Knacknuss". In: Neue Zürcher Zeitung vom 19.11.1999, Zürich.

Wütrich, Georg (1999): "Schweizer Bub (11) seit 6 Wochen ins US-Gefängnis". In: Blick vom 11.10.1999, Zürich.

Der Text befindet sich im Internet unter:
www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k18_BartKatharina.html