

Nutzungshinweis: Es ist erlaubt, dieses Dokument zu drucken und aus diesem Dokument zu zitieren. Wenn Sie aus diesem Dokument zitieren, machen Sie bitte vollständige Angaben zur Quelle (Name des Autors, Titel des Beitrags *und* Internet-Adresse). Jede weitere Verwendung dieses Dokuments bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Autors. Quelle: <http://www.mythos-magazin.de>

Feindbilder in der BILD-Zeitung?

**Magisterarbeit zur Erlangung
des Grades Magistra Artium der
Philosophischen Fakultät der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf**

VON

Gianna Jansen

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	4
2 Grundsätzliches	7
2.1 Forschungslage.....	7
2.2 Die Entstehung und Bedeutung der Boulevardpresse	9
2.3 Der Axel-Springer-Konzern und die BILD-Zeitung.....	12
3 Mechanismen der BILD-Zeitung	17
3.1 Die BILD-Zeitung im Spiegel der Kritik	17
3.2 Themenbereiche und Zielgruppe.....	21
3.3 Aufmachung und Sprache der BILD-Zeitung.....	24
3.4 Funktion der BILD-Schlagzeilen und -Artikel.....	30
3.5 Das Überzeugungssystem der BILD-Zeitung	33
4 Theorie	38
4. 1. Peter Tepes Feindbildtheorie.....	38
4.2. Christoph Wellers Feindbildtheorie	42
4.3. Modifikation der Feindbildtheorien -	44
5 Praktischer Teil – Produziert die BILD-Zeitung Feindbilder?	45
5.1 Analyseverfahren	45
5.1.1 Vergleichsbasis: Das Feindbild ‚Jude‘ im <i>Stürmer</i>	45
5.1.2 Grundsätzliche Gegner	51
5.1.2.1 Günter Wallraff.....	51
5.1.2.2 68er-Studenten	55
5.1.2.3 Bombay-Terroristen.....	59
5.1.2.4 ‚Der Russe‘	63

5.1.2.5 Zusammenfassung.....	67
5.1.3 Einfache Gegner	68
5.1.3.1 Hartz-IV-Empfänger	68
5.1.3.2 Banker	73
5.1.3.3 Zusammenfassung.....	76
5.2 Auswertung	76
6 Fazit.....	80
7 Literaturverzeichnis	84
8 Anhang: Abdruck der behandelten Zeitungsartikel	88

1 Einleitung

„Bild dir deine Meinung!“ schreien Deutschlands Litfasssäulen seit über zehn Jahren. Genau das Gegenteil, so ihre Kritiker, will Deutschlands größte Zeitung bewirken: Von Meinungsmanipulation ist die Rede, bewusster Meinungslenkung und vor allem von der immer gleich bleibenden propagandistischen Botschaft. Heinrich Böll spricht als bekennender Gegner der BILD-Zeitung¹ sogar von „Meinungssoße“ – denn die ist undurchsichtig und macht allein nicht satt.² Günter Wallraff, der in den 70ern unter dem Pseudonym Hans Esser ein Jahr lang als BILD-Redakteur arbeitete, spricht heute immer noch von einer „Vernichtungsmaschinerie“ – BILD-Journalismus sei „Menschenjagd“, der Grund, warum namhafte Personen des öffentlichen und sogar politischen Lebens vor ihr ‚buckelten‘.³ Tatsächlich informiert sich rund ein Drittel aller BILD-Leser ausschließlich durch diese Zeitung.⁴ So erscheint es verständlich, dass Ex-Kanzler Gerhard Schröder während seiner Amtszeit witzelte, er regiere mit „BILD“, „BamS“ (kurz für: BILD am Sonntag) und „Glotze“.⁵ Eine demokratische Gesellschaft stellt an Zeitungen jedoch einen anderen Anspruch: Sie sollen ausschließlich Orientierung in der Meinungsbildung geben.⁶ Denn Medien genießen in der heutigen Zeit einen bedeutenden Stellenwert:

„Ein Tag ohne Fernsehen, Internet oder Tageszeitung ist heute kaum mehr vorstellbar: Medien und somit deren Inhalte sind Bestandteil und aktive Träger kultureller Identitäten.“⁷

Damit erhält jede Zeitung, die genug Menschen erreicht, die Fähigkeit, ihre Leser zu prägen, zu belehren und emotional einzustimmen. Als kulturelles Phänomen aus

¹ Im Folgenden auch kurz ‚BILD‘.

² Heinrich Böll: BILD-Bonn-Boenisch, 2. Aufl., Göttingen 1984, S. 12; künftig zitiert als ‚Böll: BILD-Bonn-Boenisch‘.

³ Günter Wallraff in einem Interview mit Matthias Thieme. In: Frankfurter Rundschau vom 15.10.2008, online unter: http://www.fr-online.de/top_news/?em_cnt=1613298&em_loc=2091 [Stand: 5.2.2009]. Hier führt Wallraff sogar Helmut Schmidt an, der es als „politischen Selbstmord“ bezeichnet habe, sich mit der BILD und der Springer-Presse im Allgemeinen anzulegen.

⁴ Hermann Meyn: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1985, S. 53; künftig zitiert als ‚Meyn: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland‘.

⁵ Gerhard Schröder in einem Interview, zit. nach: Gerhard Henschel: Gossenreport. Betriebsgeheimnisse der Bild-Zeitung, 3. Aufl., Berlin 2006, S. 8; künftig zitiert als ‚Henschel: Gossenreport‘.

⁶ Vgl. Susanne Höke: Sun vs. BILD. Boulevardpresse in Großbritannien und in Deutschland, Saarbrücken 2007, S. 51; künftig zitiert als ‚Höke: Sun vs. BILD‘.

⁷ Ebd., S. 47.

menschlicher Feder trägt sie ein Überzeugungssystem, das sich durch bestimmte Werte und Ideale definiert.⁸

In jedem Fall hebt sich die BILD-Zeitung von den anderen Boulevardblättern Deutschlands ab. Während diese nämlich größtenteils Klatsch und Tratsch beinhalten, mischt die BILD auf ihrer Titelseite politisch Brisantes mit Belanglosigkeiten. Am 10. Januar 2008 stellt sie gar die Nachricht „Steinmeier in Nahost: Kann er den Frieden bringen?“ neben das Foto eines kleinen Makakenaffens, der eine Taube umklammert: „Baby-Äffchen: Meine Mama ist ein Täubchen“.⁹ Die Wirkung sei vorerst dahingestellt. Allerdings wird schon hier ersichtlich, dass die Berichterstattung der Boulevardpresse nie die Realität widerspiegeln kann, sondern allenfalls eine „[boulevardeske] Mischung“¹⁰ der Wirklichkeit zum Zwecke der Unterhaltung¹¹ bietet. Bedenklich ist dies darum, weil die Boulevardzeitungen „nicht nur an den Stammtischen wegen ihrer populären Themen, sondern auch in der politischen Meinungsbildung eine nicht zu unterschätzende Rolle“¹² spielen. Der BILD-Zeitung kommt so eine Sonderstellung bei: Sie betreibt, so eine These dieser Arbeit, neben Klatsch und Werbung Meinungsbildung im politischen und gesellschaftlichen Feld in Deutschland, die bei anderen (Boulevard-)Zeitungen in dieser Form nicht zu finden ist.

Warum fasziniert und polarisiert die BILD seit ihrer Gründung dennoch Intellektuelle, Politiker und vor allem den Durchschnittsbürger? In einer modernen Lebenswelt ist uns das **Abenteuer** abhanden gekommen. Dafür benötigen wir einen Ersatz.¹³ Auf der einen Seite möchten wir trotz unserer sicheren und monotonen Umwelt ungehemmte Gemütsbewegungen spüren, andererseits sucht jeder Mensch täglich nach der Bestätigung seiner eigenen Weltauffassung. Und so kauft man die Zeitung regelmäßig, die emotional

⁸ „Auf einer allgemeinen Ebene lassen sich [...] zwei kognitive Aktivitäten [die beschreibend-feststellende Aktivität und der Versuch der Erklärung der jeweiligen Phänomene] unterscheiden; das gilt für alle Phänomene, die wissenschaftlich erforscht werden können – für solche der Natur ebenso wie für solche der menschlichen Gesellschaft und Kultur.“ Damit sagt Peter Tepe aus, dass sich auch in der BILD ein Überzeugungssystem manifestiert. Peter Tepe: Kognitive Hermeneutik. Textinterpretation ist als Erfahrungswissenschaft möglich, Würzburg 2007, S. 67.

⁹ Abb. 1 im Anhang.

¹⁰ Höke: Sun vs. BILD, S. 50.

¹¹ Ebd., S. 18.

¹² Hermann Meyn: Massenmedien in Deutschland, Konstanz 2001, S. 107; künftig zitiert als ‚Meyn: Massenmedien in Deutschland‘.

¹³ Vgl. z.B. Cornelia Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, Frankfurt a.M. 1999, S. 99ff, künftig zitiert als ‚Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung‘.

bewegt und die eigenen Wertvorstellungen widerspiegelt.¹⁴ Diese Bedürfnisse hat die Boulevardpresse profitorientiert instrumentalisiert. Ein herausragendes Beispiel dafür liefert die BILD-Zeitung, die Studien zufolge von einem beachtlichen Anteil der deutschen Bevölkerung seit Jahrzehnten täglich oder sporadisch konsumiert wird. Dabei ist sie, allen Anfeindungen der letzten Jahrzehnte zum Trotz, gesellschaftsfähig geworden. Dieser Aspekt ist mit dem von Susanne Höke definierten Trend der „Boulevardisierung“¹⁵ der Medienwelt in Verbindung zu bringen:

„Weder Studenten noch Geschäftsleute scheuen sich heute, in der Öffentlichkeit mit dem Blatt gesehen zu werden. Sie lesen Bild schließlich mit anderen Augen als Bauarbeiter [...] sagen sie.“¹⁶

Auf Grund ihrer Monopolstellung in der Boulevardpresse wird die BILD so zum Gegenstand dieser Arbeit.

Um ihre Leser Tag für Tag erneut zum Kauf einer Ausgabe zu bewegen, ist die BILD-Zeitung auf die Erzeugung starker Emotionen angewiesen. So kann sie die Sensationslust des potenziellen Käufers ansprechen und ihn in einem zweiten Schritt längerfristig an das Boulevardblatt binden. Denn hat der Leser einmal Befriedigung durch die Lektüre der BILD erfahren, möchte er seine Bedürfnisse auch in Zukunft auf diese Art und Weise erfüllt wissen. Menschliche Emotionen werden dadurch jedoch bedenklich funktionalisiert: Für die Redakteure der BILD-Zeitung **müssen** sie zu abstrakten Konstanten werden, die stetig und auf jede erdenkliche Weise in die teils unerheblichen täglichen Meldungen gepresst werden.¹⁷

Die hinter dieser Arbeit stehende Idee richtet sich auf die Betrachtung der von der BILD geschürten Emotionen. Eine besonders heftige Emotion, die die Sensationsgier des Konsumenten anspricht und kanalisiert, ist der Hass. Die These dieser wissenschaftlichen Untersuchung lautet, dass die moderne Massenpresse Hass provoziert und dadurch ‚Feindbilder‘ erzeugen kann. Um dieser These nachgehen zu können, soll das folgende Kapitel die Bedeutung der Boulevardpresse und vor allem der BILD-Zeitung in der heutigen Medienwelt verdeutlichen. Anschließend wird die spezielle Gestaltungstechnik

¹⁴ Vgl. Gudrun Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags. Journalismus zwischen westlichen Werten und deutschen Denktraditionen, München 1999, S. 17, künftig zitiert als ‚Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags‘.

¹⁵ Höke: Sun vs. BILD, z.B. S. 67.

¹⁶ Alexander Kühn: Der Mann, der Günther Wallraff ist. In: Tazmag vom 8./9. Juni 2002, online unter: <http://www.guenter-wallraff.com/tazmag6-02.html> [Stand: 5.2.2009].

¹⁷ Vgl. z.B. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 20/74f.

der BILD sowie die dahinter stehende Intention der Herausgeber untersucht, um zum Abschluss das Überzeugungssystem des Blattes definieren zu können. Folgend werden die Feindbildtheorien Christoph Wellers und Peter Tepes auf ihre Relevanz hinsichtlich der BILD-Artikel untersucht und modifiziert. Um eine Vergleichsbasis für die später analysierten BILD-Artikel zu gewinnen, wird im Anschluss das Feindbild ‚Jude‘ in dem nationalsozialistischen ‚Hetzblatt‘ *Der Stürmer* herausgearbeitet. Dann können einige ausgewählte BILD-Artikel inhaltlich und formal untersucht werden, um in einem zweiten Schritt eine Annäherung der gezeichneten ‚Figuren‘ an die Feindbildtheorien vorzunehmen. Es wurden Artikel zur Behandlung in dieser Arbeit ausgewählt, die sich nach eingehender Vorarbeit als besonders tauglich erwiesen haben. Grundsätzlich hat sich jedoch während dieser Vorarbeit gezeigt, dass sich bedeutend mehr Artikel zur Untersuchung feindbildtypischer Muster anbieten. Hierbei wird im Kapitel-Aufbau zwischen der ‚einfachen‘ und ‚grundsätzlichen Gegnerschaft‘ nach Tepe unterschieden. Während Tepe nur die grundsätzliche Gegnerschaft als Feindbild-Basis akzeptiert, muss in dieser Arbeit auch ein Blick auf ‚innergesellschaftliche Feindbilder‘ vorgenommen werden.¹⁸ Auf der einen Seite produziert die BILD durch Verunglimpfung einzelner Personen klischeehafte Vorstellungen über ganze (von ihr selbst als solche gezeichnete) Menschengruppen, auf der anderen Seite wählt sie eine ‚Menschengruppe‘, um durch Entlarvung der Niederträchtigkeit einzelner Mitglieder die ganze Gruppe in Verruf zu bringen. Vorausgesetzt wird, dass die BILD-Zeitung wie jedes politische oder weltanschauliche System ein Überzeugungssystem proklamiert¹⁹, das zur immerwährenden Bestärkung und Bestätigung ‚Feindbilder‘ bedarf. Das Fazit beleuchtet schließlich die Stichhaltigkeit der zu Anfang aufgestellten These nach Feindbildern in der BILD-Zeitung.

2 Grundsätzliches

2.1 Forschungslage

Die wissenschaftliche Forschung zur BILD-Zeitung besteht seit ihrer Gründung. Es handelt sich zumeist um vereinzelte Publikationen, die in den 50ern und frühen 60er Jahren die expandierende Boulevardpresse und damit in Deutschland vor allem die

¹⁸ Die Theorie und ihre Hintergründe werden im vierten Kapitel dieser Arbeit erläutert.

¹⁹ Höke: Sun vs. BILD, S. 47.

BILD-Zeitung betrachten. In den späten 60ern, insbesondere während der 68er-Bewegung, rücken die BILD und der Springer-Konzern in die öffentliche Diskussion über Menschenrechte und Pressefreiheit. Dem folgen zahlreiche oft nicht vorurteilsfreie Veröffentlichungen, wobei vor allem linguistische Untersuchungen sowie inhaltliche oder gesellschafts-politische Kritiken geübt werden, deren Ergebnis allzu oft die Bewertung des Boulevardjournalismus als „minderwertige[n] Journalismus“²⁰ ist. Jürgen Alberts wertet in diesem Zusammenhang „die gegenwärtig bestehende ‚Massenpresse‘ [...] aus marxistischer Perspektive“ als „Ideologiefabrik“, die durch kapitalistische Produktionsweise „Warencharakter“ erhalte.²¹ Seine Untersuchung gleicht an einigen Stellen mehr einem von vornherein beabsichtigten Verriss, als einer vorurteilsfreien wissenschaftlichen Arbeit. Ekkehard Mittelberg analysiert in diesem Zeitraum sehr ausführlich Wortschatz und Syntax der BILD, jedoch ohne zusammenhängende Wertung für das Phänomen ‚BILD-Zeitung‘. Günther Wallraff legt zwar beeindruckende Arbeiten zur journalistischen Praxis in der BILD vor, konnte jedoch von wissenschaftlicher Seite auf Grund seiner häufig polemischen Untersuchung nur mit Vorsicht betrachtet werden.²²

Während diese ältere Forschungslinie vor allem negative Kritik und Bedenken an der Boulevardpresse und der BILD übt, entwickelt sich seit den späten 80er/frühen 90er Jahren eine neue Forschungstendenz, die die Boulevardpresse als Facette des menschlichen Lebens anerkennt und deren Erscheinungsformen differenziert betrachtet. Susanne Höke sieht mit Bezug auf Elisabeth Bird die neue Stoßrichtung als Herausforderung: „Es ist wesentlich einfacher, Boulevardzeitungen zu kritisieren oder zu verdammen, als den Reiz zu verstehen und zu erklären, den sie auf ihre Leser ausüben.“²³ Cornelia Voss stellt zum Beispiel die Frage, warum die BILD trotz aller Anfeindung so erfolgreich ist und führt dies auf die „Anwendung wirksamer Strategien zur Emotionalisierung ihrer Leser“²⁴ zurück, die eine besonders intensive Leser-Blatt-Bindung erzeuge.

So reiht sich diese Arbeit ein in jene Publikationen, die die Boulevardpresse nicht verurteilen wollen, sondern sie als zum Zwecke der Unterhaltung und Zerstreung weitge-

²⁰ Höke: Sun vs. BILD, S. 17.

²¹ Jürgen Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik. Am Beispiel „Bild“, Frankfurt a.M. 1972, S. 7ff; künftig zitiert als ‚Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik‘.

²² Vgl. z.B. Hartmut Büscher: Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse. Theoretische und empirische Studien zum emotionalen Wirkungspotential von Schlagzeilen der BILD-Zeitung im Assoziationsbereich „Tod“, Frankfurt a.M. 1996, S. 9; künftig zitiert als ‚Bücher: Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse‘.

²³ Höke: Sun vs. BILD, S. 17.

²⁴ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 19.

hend unbedenklich einstufen. Der Sonderstatus, den die BILD darin einnimmt, muss demnach in den folgenden Kapiteln noch ergründet werden. Um es mit den Worten der 1966 vom Springer-Verlag herausgegebenen psychoanalytischen Untersuchung des Blattes *Qualitative Analyse der BILD-Zeitung*²⁵ zu sagen: „BILD muß Funktionen erfüllen, die nicht ersetzbar, Nachrichten liefern, die nicht überflüssig, Unterhaltungsstoffe vermitteln, die nicht austauschbar sind.“²⁶

2.2 Die Entstehung und Bedeutung der Boulevardpresse

Der Begriff ‚Boulevardzeitung‘ ist an die Boulevards (Ringstraßen) des späten 19. Jahrhunderts angelehnt, da hier die ersten Straßenverkaufszeitungen angepriesen wurden.²⁷ Voraussetzung für die Boulevardpresse war die Entstehung der Massenpresse, da sie neue Produktions- und Rezeptionsbedingungen schuf. Durch politische und technische Neuerungen konnten die Zeitungen schneller und damit billig und in hohen Auflagen vertrieben werden. Das erstarkte Selbstbewusstsein der Arbeiterbewegung führte dazu, dass Zeitungen nicht mehr bloß als Informationsorgan einer elitären Oberschicht gesehen wurden.²⁸ Dies war nur durch die Beseitigung des Analphabetismus möglich.²⁹ Außerdem gehörten die Kommerzialisierung und Entpolitisierung zu den aufkommenden gesellschaftlichen Phänomenen des endenden 19. Jahrhunderts, die die Entstehung einer sensationellen Massenpresse begünstigten. Wirtschaftliche Expansion führte dazu, dass sich immer mehr Menschen Zeitungen leisten konnten. Als erste mit den heutigen Boulevardzeitungen vergleichbare Publikation gilt der *Daily Mirror* ab 1903, der zahlreiche Massenblätter nach sich zog, die auf den Straßen der Großstädte, den Boulevards, lautstark feilgeboten wurden.³⁰ Zu Anfang des 20. Jahrhunderts steigerte sich die Emotionalität der Berichterstattung. Sogenannte ‚Human-Interest-Geschichten‘ erfreuten sich immer größerer Beliebtheit. Diese „behandeln [...] menschliche Interessen im Allge-

²⁵ Da diese Analyse vom Springer-Verlag selbst in Auftrag gegeben wurde, ist sie natürlich nicht unvoreingenommen. Eine objektive Analyse war jedoch niemals Sinn und Zweck. Vielmehr diente sie als „Eigenwerbung“, die an Industriekonzerne geschickt wurde, um für die „BILD-Zeitung als Werbeinstrument zu werben“. Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik, S. 139.

Dieser Arbeit ist die Analyse höchst dienlich, da sie Aufschluss über das propagierte Selbstbild der Zeitung geben kann und sich folglich ihre Ideale, Werte und der Selbstzweck aus erster Hand ablesen lässt.

²⁶ Axel-Springer-Verlag: *Qualitative Analyse der BILD-Zeitung*, Hamburg 1966, S. 136; künftig zitiert als ‚Axel-Springer-Verlag: *Qualitative Analyse der BILD-Zeitung*‘.

²⁷ Vgl. Höke: *Sun vs. BILD*, S. 19.

²⁸ Vgl. ebd., S. 21.

²⁹ Vgl. Klaus Zimmermann, zit. nach: Alberts: *Massenpresse als Ideologiefabrik*, S. 18.

³⁰ Vgl. Höke: *Sun vs. BILD*, S. 22.

meinen und fokussieren einen Themeninhalt auf menschliche Aspekte [...]“³¹. Diesen Trend griffen die Straßenverkaufszeitungen auf, um höhere Verkaufszahlen zu erzielen. Der bedeutende Stellenwert jener ‚Human-Interest-Geschichten‘ wird im Folgenden noch weiter ausgeführt. An den Anfängen der deutschen Massenpresse steht in Deutschland 1875 der *Generalanzeiger*, der jedoch im Abonnement verkauft wurde und so nicht von der täglichen Kaufentscheidung der Leser abhängig war, weshalb er gemäßigte Artikel veröffentlichte.³² Im Gegensatz zur Parteipresse gab er vor, unpolitisch zu sein und beschränkte die Berichterstattung auf kurze, unterhaltsame und wenig reflektierende Artikel.³³

Jürgen Alberts betont die Bedeutung, die der Massenpresse von Anfang an als Werbeträger zuteil wurde: Sie funktionierte „als Werbeträger für die Waren der anderen Kapitale“³⁴. Damit fungiert die Massenpresse seiner Meinung nach als „privatwirtschaftliches Organ der Bourgeoisie“ und diente schon in den Anfängen zur „Verbreitung der Ideologie und Politik der Bourgeoisie“ sowie als „Erziehungsmittel“ für die Arbeiterklasse. Grundsätzlich lese der Konsument dort nur eine Bestätigung der bestehenden politischen Verhältnisse heraus. Somit trage die Massenpresse „reaktionären Charakter [...] im Dienste der Wirtschaft“.³⁵ Dagegen spricht Peter Jordan, der schon im *Generalanzeiger* die fortwährende Verteidigung bürgerlicher Werte feststellt, diese jedoch als „Lesermeinung“ wertet, da durch die Hauptintention des Verkaufs der Leser nicht verprellt werden, sondern stets bestätigt werden müsse.³⁶

Was lässt sich bei aller Vorsicht aus diesem kurzen geschichtlichen Abriss an Relevantem für diese Arbeit herauslesen? Die Massenpresse und somit die Boulevardpresse als Zweig dieser Art von Zeitungsproduktion war demnach immer schon mehr Instrument von oben und eben nicht das Kommunikationsorgan des ‚kleinen Mannes‘. Zumindest ging es nie um journalistische Ideale, sondern um den Profit, um den Verkauf der Zeitung, der ihre Existenz sichert.

Heute gelten als Boulevardzeitungen allgemein

„jene Periodika, die vorwiegend auf der Straße zum Verkauf angeboten werden, eine betont populär-sensationelle Aufmachung (Balkenüberschriften, großflächige Fotos etc.) haben, den Leser

³¹ Ebd., S. 24.

³² Vgl. ebd., S. 107.

³³ Vgl. Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 51.

³⁴ Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik, S. 17.

³⁵ Ebd., S. 20ff.

³⁶ Vgl. Peter Jordan: Presse und Öffentlichkeit, Frankfurt a.M. 1970, S. 7; künftig zitiert als ‚Jordan: Presse und Öffentlichkeit‘.

durch schockierende Stories ansprechen wollen (sex, crime, war) und sich häufig bewußt einer sehr direkten Ausdruckssprache bedienen, die nicht selten die Vulgärsprache zu übertreffen sucht, um Neugier, Sensationshunger und Nervenkitzel einer bei der Lektüre kaum verharrenden Leserschaft permanent zu wecken und zu befriedigen.“³⁷

Eine solche Definition impliziert als Hauptfunktion der Boulevardpresse schlichtweg die Unterhaltung und eben nicht die Informierung ihrer Leserschaft.³⁸ Da Boulevardzeitungen allgemein nicht im Abonnement erhältlich sind, ist die Überlebensdauer jeder Boulevardzeitung tagtäglich von der Kaufentscheidung des Boulevardzeitungslesers abhängig. Ziel einer jeden Boulevardzeitung ist somit, die Aufmerksamkeit des potenziellen Lesers zu erregen und ihn in einem zweiten Schritt längerfristig an das Blatt zu binden.³⁹ Daher ist das gesamte Konzept einer Boulevardzeitung, vor allem was Layout und Sprache betrifft, auf den Verkauf ausgerichtet. Charakteristisch für Boulevardzeitungen ist dementsprechend die auffällige Aufmachung und die häufig direkte und immer intensive Leseransprache.⁴⁰ Besonders wichtig ist außerdem der Hang zur Dramatisierung, um die Leser anzuwerben. Susanne Höke erklärt in diesem Zusammenhang, dass eine Boulevardzeitung unbedingt darauf angewiesen ist, die Werthaltung und Prägnanzen ihrer Leser zu erforschen, da diese eine bestimmte Rezeptionsbefriedigung bei der Lektüre ihrer Stammzeitung erwarten. Oft möchten sie Emotionen erleben, die ihnen in ihrem monotonen Alltag verwehrt bleiben. Höke nennt hier beispielsweise Angst, Ekel und Freude.⁴¹ Eine neutrale Berichterstattung kann deshalb nicht Ziel und Zweck einer Boulevardzeitung sein – denn reißerische und meinungstechnisch gefärbte Erzeugnisse sind allein erforderlich, um die Grundintention, die hinter der Herausgabe einer solchen Zeitung steht, zu erfüllen. Die Sensationsbefriedigung benennt Ulrike Dulinski als Hauptfunktion der Boulevardzeitungen.⁴²

Dulinski unterscheidet thematisch zwischen ‚Boulevard-‘ und ‚Sensationspresse‘: Während sie als Boulevardpresse vorwiegend Zeitungen einstuft, die sich ausschließlich mit Klatsch und Prominenten befassen, konnotiert sie die Sensationspresse durchweg negativer, da hier auf menschliche Tragödien, Kriminalität und Sex gesetzt werde.⁴³ Allerdings greift diese Unterscheidung nicht immer völlig, die BILD vereint beispielsweise

³⁷ Kurt Koszyk/Karl Hugo Pruys (Hrsg.): dtv-Wörterbuch zur Publizistik, 4. Aufl., München 1976, S. 58.

³⁸ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 15.

³⁹ Vgl. Büscher: Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse, S. 5.

⁴⁰ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 19.

⁴¹ Ebd., S. 20.

⁴² Ulrike Dulinski: Sensationsjournalismus in Deutschland, Konstanz 2003, S. 80; künftig zitiert als ‚Dulinski: Sensationsjournalismus in Deutschland‘.

⁴³ Ebd., S. 91ff.

beide Themenbereiche in ihren unterschiedlichen Ressorts. Jim Marlow benennt dabei drei Ziele der Boulevardpresse: So möchte diese erstens einfach und prägnant Fakten darstellen, die bestimmte Erwartungen des Lesers an die Zeitung erfüllen, indem ein gemeinsames Weltbild erschaffen wird, zweitens ihre Leser unterhalten und drittens **moralisieren**.⁴⁴ Das dritte Charakteristikum ist nicht mit einem pädagogischen Anliegen zu verwechseln, vielmehr kann die jeweilige Zeitung der realen Umwelt des Lesers Strukturen verleihen und ihn dadurch an die Zeitung binden.⁴⁵ Bedenklich ist in diesem Zusammenhang, dass Boulevardzeitungen ihre Informationen oft nicht nur auf bestimmte Art und Weise darstellen, sondern **herstellen**.⁴⁶ Ein reales Abbild der Wirklichkeit können jene Zeitungen also nie geben. Bedenklich ist jedoch die Suggestion einer Wirklichkeit für den Leser, der mit starken Meinungsmustern und Stereotypen konfrontiert wird.⁴⁷ Der Einsatz typischer Sprach- und Stilmuster ist dafür unerlässlich. Dieser wird in Kapitel 3 mit speziellem Bezug auf die BILD weiter beleuchtet.

2.3 Der Axel-Springer-Konzern und die BILD-Zeitung

Der deutsche Zeitungsmarkt ist durch einen hohen Konzentrationsgrad gekennzeichnet. Im Jahr 2000 entfielen allein 23,6 Prozent aller deutschen Zeitungen auf den Axel-Springer-Konzern bei einem Marktanteil von über 80,5 Prozent.⁴⁸ Damit ist er Deutschlands und sogar Europas größter Zeitungsverlag und zugleich Deutschlands einflussreichster Medienkonzern.⁴⁹ Wenn der Konzern auch den Vorwurf des Meinungsmonopols seit seiner Gründung stets ablehnte, so ist doch ein beträchtlicher Anteil der deutschen Zeitungen ihm zugehörig. Damit ist es ihm möglich, alle sozialen Schichten und Altersgruppen mit seinen Publikationen zu erreichen. Um diese Macht zu veranschaulichen, werden nun die wichtigsten Medien, die dem Axel-Springer-Verlag eigen sind, aufgelistet: Zu den überregionalen Zeitungen zählen so u.a. Die WELT, WELT Kompakt, WELT am Sonntag sowie die BILD und BILD am Sonntag. Der Verlag publiziert auf regionaler Ebene z. B. das *Hamburger Abendblatt*, die *Berliner Morgenpost*, die

⁴⁴ Vgl. Jim Marlow: Some Thoughts on the Poetics of the Order of Mediatized Political Discourse: Facts, Fun and Fulmination in the Tabloids. In: Contemporary Politics, Vol. 8, No. 4, 2002, S. 335; künftig zitiert als ‚Marlow: Some Thoughts on the Poetics of the Order of Mediatized Political Discourse‘.

⁴⁵ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 25.

⁴⁶ Vgl. Werner Faulstich (Hrsg.): Grundwissen und Medien, 3. vollständig und stark erweiterte Aufl., München 1998, S. 64.

⁴⁷ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 50f.

⁴⁸ Vgl. ebd., S. 135.

⁴⁹ Ebd., S. 11.

B.Z. und B.Z. am Sonntag. Zu den auflagenstärksten Zeitschriften gehören die *Hörzu*, Computer BILD, Auto BILD, Sport BILD, BILD der Frau und *Mädchen*. Außerdem verfügt der Konzern über einige Radio-Sendestationen, zahlreiche Internetauftritte sowie bedeutende Anteile von TV-Sendern.⁵⁰

Traditionell ist der deutsche Zeitungsmarkt eher regional ausgerichtet. Die BILD kann als Deutschlands **einzig**e überregional verbreitete Zeitung gesehen werden, da auch die überregionale Presse in der Nachrichtenauswahl ansonsten hauptsächlich regionale Schwerpunkte setzt. So wird sie im angelsächsischen Ausland „als einziges Blatt von englischem oder amerikanischen Stil akzeptiert“⁵¹. Der Springer-Konzern publiziert neben der bundesweiten Ausgabe seit 1968 auch regionale Ausgaben. Insgesamt existieren ungefähr 30 bis 36 verschiedene BILD-Ausgaben, die in 43 Ländern zu einem Preis von 40 bis 50 Cent verkauft werden.⁵² Mit beinahe elf Millionen Lesern⁵³ gilt sie als konkurrenzlos. Im Jahr 2003 kauften ganze vier Fünftel der Boulevardzeitungsleser die BILD.⁵⁴ Nach diesen Zahlen erreicht die BILD täglich 17,7 Prozent der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren – nur die chinesische Parteipresse und vier japanische Tageszeitungen übertreffen diese Auflagenstärke.⁵⁵ Sie ist nicht nur Deutschlands größte Tageszeitung, sondern auch die größte Boulevardzeitung⁵⁶, was bisweilen mit großer Skepsis betrachtet wird. Alle Versuche von Verlegern, ein konkurrenzfähiges Zeitungskonzept erfolgreich herauszubringen, scheiterten.⁵⁷ Wie alle Zeitungen, so musste auch die BILD in den vergangenen Jahren einen Auflagenrückgang verkraften. Allerdings kann davon ausgegangen werden, dass sie wohl vor allem durch ihr Internetportal mehr Menschen erreicht denn je. Schließlich meldete Bild.de am 10. Februar 2009 mehr als eine Milliarde Seitenaufrufe ihres Internetportals für den Januar 2009. Die Schreiber werten dies selbst als Durchbruch einer „Schallmauer“, da noch kein „News-Portal“ in Deutschland derartiges geschafft habe. Außerdem besuchten 80 Millionen Leser das Internetangebot

⁵⁰ Vgl. Publikation auf AxelSpringer.de, online unter:

http://www.axel.springer.de/publikationen/cw_publication_de_571350.html [Stand: 2.3.2009].

⁵¹ Kruij: Das „Welt“-Bild“ des Axel-Springer-Verlags, S. 65.

⁵² Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 145.

Damit ist die BILD die günstigste Tageszeitung auf dem deutschen Markt. Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 17.

⁵³ Davon sind 59 Prozent Männer und 41 Prozent Frauen. Vgl. ebd., S. 16.

⁵⁴ Höke: Sun vs. BILD, S. 115.

⁵⁵ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 16.

⁵⁶ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 11.

⁵⁷ Nach der Wiedervereinigung 1991 versuchte der australische Verleger Rupert Murdoch mit dem deutschen Burda-Verlag eine Konkurrenzpublikation zur BILD zu etablieren, die *Super!-Zeitung*. Ihr Druck musste bereits 1992 eingestellt werden. Vgl. ebd., S. 116.

der BILD-Zeitung und somit 41 Prozent mehr als noch im Vorjahr.⁵⁸ Ansonsten macht der Verlag durch Anzeigenerlöse nach wie vor Gewinne.⁵⁹ Durch modernste Technik übertrifft die BILD außerdem alle anderen deutschen Tagesredaktionen in der Aktualität ihrer Beiträge. Überdies erhielt keine andere Zeitung so viele Rügen vom Deutschen Presserat wegen Verletzungen der journalistischen Sorgfaltspflicht.⁶⁰

Cornelia Voss wertet die BILD daher zu Recht als „Zeitung der Superlative“, als „Sozialphänomen“⁶¹: sie besitzt mehr als den Stellenwert einer Tages- oder Boulevardzeitung. Die Leser vertrauen ihr. Natürlich kann man dies nicht verallgemeinern, doch nicht umsonst geistert im deutschen Sprachgebrauch der Begriff der ‚BILD-Bildung‘.⁶²

Der folgende Abschnitt nähert sich dem Phänomen ‚BILD-Zeitung‘ durch einen kurzen Abriss ihrer Geschichte, der Aufschluss über die Gründe geben kann, warum die BILD zu dem geworden ist, was sie heute ist und wieso die Kritik an ihr nie verstummte.

Gudrun Kruijff beschreibt das Verhältnis des Axel-Springer-Konzerns zu der deutschen Geschichte als eine Wechselwirkung: Beide sind eng miteinander verknüpft und beeinflussten sich stets gegenseitig.⁶³ Die Anfänge des Konzerns liegen in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg. Axel Springer gilt als politisch unbelastet. Er zumindest be-

⁵⁸ Bild.de: ‚Bild ist jetzt Online-Milliardär‘ vom 9.2.2009, online unter: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2009/02/09/historischer-rekord-fuer-bild-de/1-milliard-page-impressions-im-januar-2009.html> [Stand: 10.2.2009].

⁵⁹ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 146.

⁶⁰ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 17.

Ein besonderes Beispiel: Die türkische Jungschauspielerinnen Sibel Kekilli wurde 2004 auf der *Berlinale* mit dem *Goldenen Bären* für ihre schauspielerische Leistung in dem Kinofilm *Gegen die Wand* ausgezeichnet. Die Juroren lobten insbesondere ihre „eindringliche Darstellung“. Die BILD recherchierte, dass Kekilli vor Jahren einige Filme pornographischen Inhalts gedreht hatte und veröffentlichte prompt Standbilder der Erotikstreifen mit Kekilli beim Geschlechtsverkehr auf der Titelseite. Dazu druckten sie die Bildüberschrift „Eindringliche Darstellung“. Bildblog.de: ‚Kein Kommentar 2‘ vom 20.11.2004, online unter: <http://www.bildblog.de/343/kein-kommentar-2/> [Stand: 16.3.2009].

Der Deutsche Presserat rügte die BILD, die Kekilli damit „entwürdigt“ und die nach dem Pressekodex geforderte Wahrung der Menschenwürde verletzt habe. Bildblog.de: ‚Bild entwürdigt und verletzt‘ vom 2.12.2004, online unter: <http://www.bildblog.de/359/bild-entwrddigt-und-verletzt/> [Stand: 3.3.2009].

⁶¹ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 17/19.

⁶² Die langjährige Boulevard-Journalistin Kerstin Dombrowski rechnet in ihrer Autobiographie *Titten-Tränen-Tiere-Tote. Eine Boulevard-Journalistin auf der Jagd* mit den Methoden der BILD ab. In einem kurzen Abschnitt beleuchtet sie darin das Verhältnis ihrer Großmutter zur BILD-Zeitung. Natürlich darf nicht davon ausgegangen werden, dass jeder Leser derart Botschaften der BILD übernimmt. Aber hierdurch kann beispielhaft aufgezeigt werden, welche Bedeutung die BILD für einen Leser haben kann: „Für sie [Dombrowskis Großmutter] war die Bild mindestens so seriös wie die Tagesschau. Sie schob nur noch in Handschuhen ihren Einkaufswagen durch den Supermarkt, nachdem sie in der Bild gelesen hatte, dass man sich sonst mit Aids infizieren könnte [...]. Sie glaubte fest an die absurdesten Bild-Weisheiten: an Meteoriten, die die Erde zerstören, oder schlimme Seuchen, die die gesamte Bevölkerung dahinraffen würden.“ Kerstin Dombrowski: *Titten-Tränen-Tiere-Tote. Eine Boulevardjournalistin auf der Jagd*, Hamburg 2008, S. 20; künftig zitiert als ‚Dombrowski: Titten-Tränen-Tiere-Tote‘.

⁶³ Vgl. Kruijff: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 71.

hauptet, während des Nationalsozialistischen Regimes neutral, also unpolitisch gelebt zu haben.⁶⁴ So legt er schon damals einen Grundstein für sein Zeitungsmonopol: Er kann die Lizenzrechte zur Verlagsgründung erwerben. Andere Zeitungsvertreiber, die erst nach Aufhebung der Lizenzierung wieder publizieren können, sind nicht in der Lage, diesen zeitlichen Rückstand, in dem der Zeitungskäufer sich an bestimmte Blätter binden ließ, nachzuholen. 1945 erhält Springer so zusammen mit seinem Vater Hinrich Springer die erneute Zulassung des *Hammerich & Lesser Verlags*, der bereits 1909 bis 1943 im Besitz der Familie war. Ab 1948 besitzt Springer die Lizenz zur Herausgabe des *Hamburger Abendblatts* und legt so den Grundstein für sein Zeitungshaus, das sich als überparteilich ausweist.⁶⁵

Axel Springer wurde im Laufe der Jahre nicht müde, ein idealisiertes Bild seiner Person und eine regelrechte Legendenbildung in Umlauf zu bringen: So pflegte er, wie die meisten Leser seiner Publikationen, einen einfachen Lebensstil. Nach Kruip lebte er in Wahrheit jedoch im Luxus. Sein Ziel war es, sich und damit seinen Konzern als geradlinig und den Menschen wohlgesinnt darzustellen.⁶⁶ So betonte er seine Verwurzelung mit der deutschen Geschichte, die die Basis für das im Rahmen dieser Arbeit definierte Überzeugungssystem liefert:

„Hier stehe ich, ein deutscher Verleger, geboren im kaiserlichen Deutschland, aufgewachsen in der ebenso anregenden wie erschreckenden Atmosphäre der Weimarer Republik, als einer, dem es gelang, die schändlichen Tage des Dritten Reichs zu überleben, und der nach 1945 am Wiederaufbau seines Landes mithelfen durfte.“⁶⁷

Für Springer resultierte aus den durchlebten historischen Gegebenheiten so die Ablehnung jeglicher politischen Totalität.

Bereits am 24. Juni 1952 erscheint in Hamburg die erste Ausgabe der BILD-Zeitung, die Springer nach britischem Vorbild gestaltete: Sie orientiert sich am *Daily Mirror*, der mit großformatigen Fotografien um seine Leser wirbt. Springer schwebte anfänglich die Idee vor, die BILD ausschließlich mit Fotografien zu gestalten, da er den visuellen Reiz

⁶⁴ Allerdings veröffentlichte Günter Wallraff in seinem Buch *BILDstörung* ein Foto Springers, das ihn in Uniform des *Nationalsozialistischen Kraftfahrer Korps* zeigt. Vgl. Günter Wallraff: *BILDstörung*. Das BILD-Handbuch, Köln 1985, S. 65. Gudrun Kruip betont jedoch, dass Springer tatsächlich Distanz zum nationalsozialistischen Regime gewahrt habe. Vgl. Kruip: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 74. Außerdem ist Springers Darstellung, durch Verständnis seines Arztes für kriegsuntauglich eingestuft worden zu sein, eher fragwürdig. Viel wahrscheinlicher ist, dass der Sohn aus reichem Hause (auch sein Vater war Verlagsbesitzer) freigekauft wurde. Vgl. Kruip: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 76.

⁶⁵ Vgl. ebd., S. 73ff.

⁶⁶ Vgl. ebd., S. 71.

⁶⁷ Axel Springer in einer Rede vor dem *Overseas Press Club of America* am 18.4.1969, zit. ebd., S. 72.

als den stärksten einstuft, um Emotionen bei den Lesern zu erzeugen, um so eine Leser-Blatt-Bindung herzustellen. Deshalb sah er sein Zeitungsformat als „gedruckte Antwort auf das Fernsehen“⁶⁸: Es sollte Information und Unterhaltung bieten, einen klaren Standpunkt vertreten und eine deutliche und einfache Lesersprache beinhalten.⁶⁹ Denn Springer ist sich „seit Kriegsende [sicher] [...], daß der deutsche Leser eines auf keinen Fall wollte, nämlich nachdenken.“⁷⁰ Außerdem sei die BILD die Zeitung des „kleinen Mann[es]“⁷¹. Die BILD wurde folglich von Anfang an als Träger von Idealen gesehen.⁷²

Dieses neuartige Zeitungskonzept befriedigte die neuen Lesegewohnheiten in der frühen Bundesrepublik wie kein anderes, was als Grundstein für den weiteren Erfolg des Verlags gesehen werden kann:

„Bild‘ war geschaffen für Wiederaufbau-Streß und Wohlstands-Hektik, bereitete ‚alles Wissenswerte‘ so auf, wie der ‚moderne Mensch‘ es nun brauchte: kurz und bündig, optimistisch, freiheitlich, fortschrittsgläubig, marktwirtschaftlich-konsumorientiert, dazu spannend, leicht verdaulich und im antikommunistischen Grobstrickmuster.“⁷³

Zunächst fehlten politische Themen noch weitgehend in der Berichterstattung, doch im Zuge des Kalten Krieges wurde Springer ein deutlich politisches, d.h. antikommunistisches und national-patriotisches Profil seiner auflagenstärksten Zeitung immer wichtiger. Aus diesem Blickwinkel ist auch die Verlegung des Hauptsitzes des Konzerns von Hamburg nach Berlin zu sehen⁷⁴ – als politisches Statement. So wuchs der Axel-Springer-Konzern stetig weiter. Dadurch wurde die Entwicklung der kontinuierlichen Konzentration der deutschen Presselandschaft begünstigt.⁷⁵

Gerade dieses Erfolgsrezept spaltete in den späten 60ern die Meinungen: Die Studenten protestierten gegen die konservative, studentenkritische und polarisierende Berichterstattung der BILD als Aushängeschild des Konzerns.⁷⁶ Dieser Konflikt soll an späterer Stelle in dieser Arbeit noch Erwähnung finden. Springer stirbt 1985, im selben Jahr geht

⁶⁸ Axel Springer, zit. nach Höke: Sun vs. BILD, S. 144.

⁶⁹ Vgl. ebd., S. 144.

⁷⁰ Axel Springer in einem amerikanischen Interview, zit. nach ebd., S. 83.

⁷¹ Rede Axel Springers im Hotel *Vier Jahreszeiten* am 18.10.1968, zit. nach ebd., S. 240.

⁷² Vgl. ebd., S. 18.

⁷³ Norbert Frei: Die Presse/Hörfunk und Fernsehen (1945-1988). In: Wolfgang Benz (Hrsg.): Die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bd. 4: Kultur, Frankfurt am Main 1989, S. 393.

⁷⁴ Vgl. Kruip: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 87ff.

⁷⁵ „Regelmäßige Zählungen seit 1954 wiesen nach, daß zwar die Zahl der Zeitungstitel scheinbar gleich blieb, tatsächlich aber ein kontinuierlicher Schwund ‚publizistischer Einheiten‘ [Vollredaktionen mit eigenem politischen und wirtschaftlichen Resort] durch Einstellung, Fusion und Kooperation feststellbar war.“ Ebd., S. 68.

⁷⁶ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 144.

sein Unternehmen an die Börse.⁷⁷ 2001 wird Kai Diekmann Chefredakteur und Herausgeber der BILD und ist zugleich Herausgeber der BILD am Sonntag.⁷⁸

3 Mechanismen der BILD-Zeitung

Da das folgende Kapitel herausarbeiten möchte, ob es der BILD als Zeitung überhaupt möglich ist, feindbildtypische Muster zu erzeugen, ist es unerlässlich, dass mit den Forschungsergebnissen der Sekundärliteratur gearbeitet wird. Dies bedeutet zwangsläufig, dass bereits an dieser Stelle Wertungen anklingen, damit zum Ende des Kapitels das Überzeugungssystem der BILD definiert werden kann.

3.1 Die BILD-Zeitung im Spiegel der Kritik

Weil die Kritik an der BILD-Zeitung umfangreich ist und zahlreiche Personen sich zu Wort melden, musste in dieser Arbeit der Kürze halber eine Auswahl getroffen werden. Außerdem umfasst die Auswahl lediglich die Kritik bezüglich der angeblichen Gefahren für die Rezipienten, nicht aber den Vorwurf, dass Menschen Opfer der Berichterstattung werden.

Susanne Höke reflektiert 2007 in ihrer Untersuchung der Boulevardzeitungsmärkte in Deutschland und Großbritannien Standpunkte der medienethischen Diskussion, die im Laufe der Jahre in der Forschung formuliert wurden. Sie nennt hier die angebliche Tendenz der Boulevardzeitungen, Komplexität und detaillierte Ausführungen allgemein auszuklammern, „was in extremen Fällen zu Vorurteilen und sogar Rassismus oder Homophobie führen“⁷⁹ könne. Auch bemerkt sie die „doppelte Funktion“ des Mediums „als Werbeträger sowie als demokratisches Instrument der Meinungsvermittlung“.⁸⁰ Diese Verbindung könne die neutrale Informierung erschweren. Die neuere Forschung verdamme noch oft den sensationellen Charakter der Boulevardzeitungen und kritisiere die Tendenz, Fakten und Meinungen in ihrer Art der Berichterstattung zu mischen und

⁷⁷ Vgl. ebd., S. 149.

⁷⁸ Vgl. ebd., S. 145.

⁷⁹ Ebd., S. 52.

⁸⁰ Ebd., S. 56.

die Meinungsvielfalt dadurch einzuschränken.⁸¹ Sie relativiert die Kritiken jedoch, weil sie die Rolle des Lesers bei der Kaufentscheidung als dominant einstuft und so die Meinungsvermittlung der Boulevardzeitungen seinen persönlichen Vorlieben unterliegen müsse und nicht denen der Zeitungsmacher. Die Kritiken fasst sie zusammen als Verheißung einer Gefahr durch die einseitige und vereinfachte Form der Berichterstattung, die „in der Folge das Realitätsbild verzerrt“⁸². Gegen die BILD im Speziellen nennt Höke die Vorwürfe der „Volksverhetzung“, des „Heile-Welt-Dogma[s]“, der polarisierenden, einseitig selektierenden Berichterstattung, der falschen Tatsachen-Berichterstattung sowie Hetzjagden gegen Minderheiten und vereinfachte Berichterstattung im politischen Feld. Auch diese Angriffe weist Höke weitgehend zurück, da der Leser gewisse Informationen, die die BILD vorenthalte, bei anderen Medien finden könne.⁸³ Dem muss jedoch entgegen gehalten werden, dass Zeitungen eine Verantwortung gegenüber ihrem Leser tragen, der demokratisch gesinnte Medienkonzerne durch eine ethische Verpflichtung beikommen müssten. Außerdem lesen rund ein Drittel aller BILD-Leser nur diese Zeitung – beginnt diese Verpflichtung der Konzerne also nicht bei jenen, die es nicht besser wissen?

Diese Frage leitet zum historischen Kern der BILD-Diskussion, die beinahe seit ihrer Gründung besteht, denn bereits am Ende der 50er war die BILD zur größten Zeitung Europas geworden.⁸⁴ Zu diesem Zeitpunkt wurde sie im Zuge des Kalten Krieges immer politischer, stellte sich antikommunistisch und national-patriotisch gegen die DDR sowie die deutsche Teilung und forderte eine intensive Westanlehnung.⁸⁵ Die hohe Auflage der BILD, die Größe des Konzerns im Allgemeinen und „die zunehmende ideologische Vereinheitlichung“⁸⁶, die den Vorwurf des Meinungsmonopols entfachte, nennt Gudrun Kruij als Auslöser einer Entwicklung, die den Springer-Verlag zunehmend in das Visier einer gegen die überkommenen gesellschaftlichen Werte und Strukturen protestierenden Studentenschaft rücken ließ. Nach Meinung der Studenten bedrohte der Konzern die freiheitlichen Werte, förderte die alte deutsche Obrigkeitsmentalität und

⁸¹ Vgl. ebd., S. 58f.

⁸² Ebd., S. 59.

⁸³ Vgl. ebd., S. 151f.

⁸⁴ Dieser Prozess wurde dadurch begünstigt, dass eine Konzentrationsbewegung der deutschen Presselandschaft stattfand, der kleine, altmodisch strukturierte Zeitungen zum Opfer fielen. Vgl. Kruij: Das ‚Welt‘-, ‚Bild‘ des Axel Springer Verlags, S. 64.

⁸⁵ Vgl. ebd., S. 108. Die näheren historischen Hintergründe, die dazu führten, dass Springer die BILD zum meinungsmachenden Organ erhob, sollen hier der Kürze halber nicht weiter erwähnt werden.

⁸⁶ Ebd., S. 108.

verkannte die Streitkultur als wichtigstes demokratisches Element der Bevölkerung.⁸⁷ Dieser Konflikt eskalierte 1967, als der Student Benno Ohnesorg durch einen Polizisten erschossen wurde. Die BILD ging in ihrer Darstellung der Ereignisse an jeder neutralen Berichterstattung vorbei, wie noch im praktischen Teil dieser Arbeit zu zeigen sein wird. Einer dieser Artikel wird dort der Feindbildanalyse unterzogen. Das Attentat auf Rudi Dutschke führte 1968 erneut zum Ausbruch von Gewalt – die Gegensätze zwischen dem Springer-Imperium und der Studentenschaft hatten ihren Höhepunkt erreicht. Schwere Unruhen waren die Folge: Studenten belagerten das Verlagshaus in Berlin. Kruip spricht gar von „bürgerkriegsähnliche[n] Zustände[n]“.⁸⁸ Auch namhafte linke Intellektuelle, wie Günter Grass und Heinrich Böll, stellten sich öffentlich gegen BILD und den Axel-Springer-Verlag. Böll tat dies unter anderem auf literarischem Weg, etwa mit seinem Roman *Die verlorene Ehre der Katharina Blum*. Da chronologisch rekapituliert wird, soll Böll später Erwähnung finden.

Jürgen Alberts untersucht 1972 die Massenpresse „aus marxistischer Perspektive“.⁸⁹ Er wirft der BILD die immerwährende „Bestätigung der bestehenden Verhältnisse“ vor, auch unterscheidet sie sich „in Krisenzeiten [...] kaum von rechtskonservativen oder nationalistischen Zeitungen [...]“, wobei er sich auf die nur wenige Jahre zurückliegenden Studentenunruhen bezieht.⁹⁰ Er wird noch drastischer, indem er der Springer-Presse eine „antidemokratische Ideologie“ vorwirft, die Unterstützung der CDU/CSU sowie ein Konzept der „Formierten Gesellschaft“.⁹¹ Sie gebe indessen nur vor, überparteilich zu sein, um gekauft zu werden.⁹² Die Berichterstattung der BILD führe die Grundwerte der deutschen Bevölkerung ins Leere, da diese „durch [...] affirmative Bekenntnisse zwar einen mythosähnlichen Ewigkeitswert“ erhalten, der Umgang in der Praxis jedoch nicht gelehrt werde.⁹³ Die Aufrechterhaltung der bestehenden Ordnung „als abstraktes Herrschaftsmuster“ sei oberste Prämisse der BILD, die dem Leser die eigene Meinungsbildung vorenthalte. Eben deshalb diffamiere die BILD die Studenten, weil diese sich nicht in das Konzept der ‚Formierten Gesellschaft‘ eingliederten.⁹⁴

⁸⁷ Vgl. ebd., S. 12.

⁸⁸ Ebd., S. 112.

⁸⁹ Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik, S. 7.

⁹⁰ Ebd., S. 144.

⁹¹ Vgl. ebd., S. 145.

⁹² Vgl. ebd., S. 144.

⁹³ Ebd., S. 146.

⁹⁴ Vgl. ebd., S. 146f.

Ab dem Frühjahr 1977 arbeitet Günter Wallraff unter dem Pseudonym Hans Esser bei der BILD. Er nennt die Inhalte der Zeitung eine „tägliche klebrige Mischung“, die sich aus „Halbwahrheit, Fälschung, offene[r] und versteckte[r] Werbung, verlogene[m] Sex und heuchlerische[m] Crime“ zusammensetze und dadurch „Drogencharakter“ erhalte – denn für wenig Geld könne man sich Emotionen kaufen.⁹⁵ Auch erhebt er den Vorwurf, „BILD-Politik [sei] CDU-Politik“⁹⁶. Wallraff meint, die Politiker beugten sich allgemein dem Pressekonzern.⁹⁷ Die BILD mache indirekte Politik

„über Emotionen und Vorurteile: Aufputzen gegen Minderheiten, Schüren von Haß und Angst – am besten anhand unpolitisch scheinender Objekte (Triebtäter, Gastarbeiter) [...]“⁹⁸

Wallraff lässt Eckhart Spoo, den damaligen Bundesvorsitzenden der *Deutschen Journalisten-Union*, in einem Aufsatz zu Wort kommen. Spoo spricht von einer „Volksgemeinschaftsideologie“, die die BILD propagiere und bei der es nach Springer selbst darum gehe, das Gefühl der Zusammengehörigkeit, das im Fußballstadion aufkomme, auf den Alltag zu übertragen.⁹⁹ Dabei sei Springer „von nichts [...] fester überzeugt als von der Ungleichheit der Menschen.“¹⁰⁰

Noch 1984 veröffentlicht Heinrich Böll zu diesem Thema sein *Bild-Bonn-Boenisch*, das er „all denen [widmet], die je in ‚Bild‘ und ‚Bild am Sonntag‘ verleumdet oder verhöhnt worden sind, also auch einigen Unionspolitikern.“¹⁰¹ Damit spielt er auf seinen Vorwurf an, die BILD sei hauptsächlich rechtsgewandt und vertrete die Sichtweisen der CDU und somit kein überparteiliches Zeitungskonzept: Er beklagt, dass die BILD fast „Regierungsblatt“ sei. Auch deutet er an, dass die BILD „mitregiere“, da Staatsminister in BILD und BILD am Sonntag Ankündigungen machten.¹⁰² Böll schreibt von Anfang an sehr polemisch, nennt die Artikel Peter Boenischs, des damaligen Chefredakteurs der Bild, „Sprachbrühe“, doch gehöre Brühe ja noch zu „honorige[n] Speisen“, treffender sei

⁹⁵ Vgl. Günter Wallraff: *Der Aufmacher. Der Mann, der bei Bild Hans Esser war*, 8. Aufl., Köln 2006, S. 26ff; künftig zitiert als ‚Wallraff: Der Aufmacher‘.

⁹⁶ Ebd., S. 75.

⁹⁷ Vgl. ebd., S. 110.

⁹⁸ Ebd., S. 124.

⁹⁹ Eckehart Spoo: *Die Opfer müssen sich wehren*. In: Günter Wallraff: *Der Aufmacher. Der Mann, der bei Bild Hans Esser war*, 8. Aufl., Köln 2006, S. 231; künftig zitiert als ‚Spoo: Die Opfer müssen sich wehren‘.

¹⁰⁰ Ebd., S. 232.

¹⁰¹ Böll: *Bild-Bonn-Boenisch*, S. 7.

¹⁰² Ebd., S. 14ff.

„Soße, die ja gewöhnlich undurchsichtig ist, die ehrbar, aber auch ehrlos sein kann; und Hausfrauen wissen, bei Soßen kann gefuscht werden [...], von Soße allein kann man nicht leben, verdirbt man sich den Magen“.¹⁰³

Zudem bemerkt Böll, dass auch „Großbritannien [...] seine Knall- und Skandalblättchen [habe]“, bezweifelt aber eine ernsthafte Kooperation der britischen Regierung mit Englands größter Boulevardzeitung, der *Sun*. Er spricht in diesem Zusammenhang gar von „Sittenverfall“: Gegen die BILD als Politiker zu treten sei unmöglich, man könne höchstens mit BILD regieren. Die BILD verdrehe solcherart die Tatsachen, dass gar ein Liberaler zum „gefährlichen Roten“ gemacht werde.¹⁰⁴ Sein Bestreben, ein Weltbild Boenischs zu entwerfen, sei gescheitert, erklärt er später. Er kann kein in sich logisches Wertegerüst entdecken: „Gibt’s eine Moral oder gibt’s keine? Wird da aus Liebe ‚gebumst‘ oder gegen Bezahlung?“¹⁰⁵ Fest stehe nur: „[...] die Linken sind schuld. Sie sind an allem schuld.“¹⁰⁶

Der Fortgang dieses Kapitels beschäftigt sich vor allem mit den inhaltlichen Mechanismen der BILD und kann so für das Überzeugungssystem und das Fazit aufschlussreiche Folgerungen über die Stichhaltigkeit der Kritiken bieten.

3.2 Themenbereiche und Zielgruppe

Bevor das Themenspektrum der BILD im Fokus dieses Kapitels behandelt wird, soll der Rezipientenkreis der Boulevardzeitungen allgemein und der BILD im Besonderen kurz abgesteckt werden. Hartmut Büscher hält für 1986 fest, dass „der typische BILD-Leser im großen und ganzen den bundesdeutschen Durchschnittsbürger repräsentiert [...]“, wobei Beruf und Schulbildung jedoch unter dem Durchschnitt anzusiedeln seien.¹⁰⁷ Während also einige Untersuchungen den typischen Boulevardzeitungsleser in den unteren sozialen Schichten suchen, widerspricht Höke mit Bezug auf Bird, dass die Leserschaft weitaus vielschichtiger sei, als allgemeinhin angenommen werde und es darüber hinaus den typischen Boulevardzeitungsleser heute gar nicht mehr gebe.¹⁰⁸ Verallgemeinert gesprochen bemerkt jedoch auch Höke, dass der Boulevardzeitungsleser häufiger den sozial niedrigen Schichten angehöre, in Großstädten lebe und als Arbeiter ein

¹⁰³ Ebd., S. 11f.

¹⁰⁴ Ebd., S. 17f.

¹⁰⁵ Ebd., S. 63.

¹⁰⁶ Ebd., S. 111.

¹⁰⁷ Büscher: Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse, S. 75.

¹⁰⁸ Vgl. Höke: *Sun vs. BILD*, S. 34.

mittleres Einkommen verdiene.¹⁰⁹ Allerdings sei diese Unterscheidung zwischen Boulevard- und Qualitätszeitungsleser in Deutschland lange nicht so eindeutig festzumachen, wie allgemein angenommen wird: Die BILD erreicht nach Selbstaussage ein Publikum, dass sich „aus allen Bevölkerungsschichten zusammensetzt“¹¹⁰. Überwiegend, so lautet Hökes Fazit, sei der typische BILD-Leser männlich, Facharbeiter oder Angestellter und gesellschaftlich wie politisch konservativ. Sie registriert jedoch einen Trend, der den ‚typischen Boulevardzeitungsleser‘ kontinuierlich eliminiert.¹¹¹ So proklamiert die BILD selbst, von „mehr Akademikern [...] als die FAZ“¹¹² gelesen zu werden.

Um im Folgenden die Themenbereiche und Inhalte der BILD bestimmen zu können, wird auf die Beispiele der Sekundärliteratur zurückgegriffen. Ergänzend und beispielhaft werden ausgewählte Artikel des Internetportals Bild.de hinzugezogen.

Boulevardzeitungen müssen drucken, was Aufmerksamkeit bringt und Unterhaltung verspricht: Sensation, Unglücke, Schock, Sex, Kriminalität und Prominenz haben sich hier als wirksam erwiesen: „Guter Boulevard-Journalismus ist immer auch Provokation, ist Tabuverletzung.“¹¹³ – so der Chefredakteur der BILD, Kai Dieckmann in einem Interview. Politik, Wirtschaft, Mode, Gesundheit und ‚Lifestyle‘ werden diesen Themenbereichen untergeordnet eingegliedert. Die Sachverhalte werden in einer Art und Weise vermittelt, in der nicht mehr unbedingt zwischen Meldung, Bericht, Reportage, Interview, Portrait und Essay unterschieden werden kann, da sich hier eigentlich neutral informierende mit meinungsbetonten Darstellungsformen mischen, was als „Infotainment“ bezeichnet wird.¹¹⁴ Die BILD füllt einen großen Teil ihrer Zeitung mit Sensations-Artikeln, da diese im besonderen Maße dazu geeignet sind, eine starke Leser-Blatt-Bindung zu erreichen.¹¹⁵ Häufig druckt die BILD so Themen um Amokläufe von Familienvätern:

„Familiendrama: Hier küsst der Killer sein Opfer. Es war der schönste Tag in ihrem Leben. Ein Jahr nach diesem Hochzeitsfoto tötet der Mann die Frau, die er hier liebkost, und ihre beiden Kinder.“¹¹⁶

¹⁰⁹ Vgl. ebd., S. 121.

¹¹⁰ Selbstdarstellung BILD, zit. nach ebd.

¹¹¹ Vgl. ebd., S. 147f.

¹¹² Bild.de: ‚Bild-Fakten‘, online unter: <http://www.bild.de/BILD/news/fakten/bild-und-die-fakten.html> [Stand: 19.3.2009].

¹¹³ Kai Dieckmann in einem Interview, zit. nach Höke: Sun vs. BILD, S. 85.

¹¹⁴ Vgl. ebd., S. 40ff.

¹¹⁵ Vgl. Dulinski: Sensationsjournalismus in Deutschland, S. 319ff.

¹¹⁶ Abb. 2 im Anhang.

Auch besteht die BILD zum großen Teil aus Klatschgeschichten, die zwar harmlos wirken, sich jedoch auch zu einer deutlich wertenden Aussage steigern können.¹¹⁷ Ein Beispiel: „Wie viel wusste Verona?“¹¹⁸ In diesem Artikel wird Verona Pooth unterstellt, in die Firmenpleite ihres Mannes verwickelt zu sein. Sie wird zitiert: „Er hat ein Wahnsinns-Talent, irgendwelche Banken um den Finger zu wickeln.“¹¹⁹

Die typische Boulevard-Themenauswahl sortiert Neuigkeiten jeglichen Themenspektrums unter dem Kriterium der Unterhaltsamkeit, wodurch besonders im politischen Feld dramatisierende Darstellungen überwiegen.¹²⁰ Oft steht so nicht die politische Information im Vordergrund, sondern das sensationelle Privatleben des Politikers oder Wirtschaftsmoguls, seine Fehltritte, seine Partnerwahl, seine Aktivitäten in der Freizeit.¹²¹ Cornelia Voss bemerkt hier die Tendenz, jegliche Themenaspekte primär „in private Dimensionen“¹²² zu lenken. Ein Beispiel: „Die Frau zwischen allem und nichts. Maria-Elisabeth Schaeffler (67) muss um ihr Vermögen bangen. BamS begleitete die Unternehmerin.“¹²³ Voss kritisiert, dass durch die Hervorhebung des Menschlichen jedoch die sozialen Distanzen vertuscht würden: Der Leser sieht sich für kurze Zeit in einer Machtstellung, sozial höher gestellte Menschen be- bzw. verurteilen zu können.¹²⁴ Dadurch wird dem Leser gewissermaßen suggeriert, dass es den Stars, den Reichen und Berühmten dieser Welt, in Wahrheit nicht viel besser gehe als ihm selbst, der sich sicher in seiner „bürgerlichen Idylle“¹²⁵ weiß. Uwe Zimmer nennt hier bezeichnend das „Schlüssellochgucken“¹²⁶ als inhaltliches Konzept der Boulevardzeitungen. Es funktioniert durch die Emotionalisierung und die Personalisierung: Solche in 2.2 bereits erwähnten ‚Human-Interest-Stories‘ stellen einen großen Teil der BILD-Artikel dar. Als im November 2008 islamistische Terroristen Anschläge in Bombay verüben, schreibt die BILD: „DAS LETZTE TELEFONAT DER DEUTSCHEN GEISEL (†51): „Wenn nicht bald jemand kommt, sterbe ich!“¹²⁷. Der Artikel handelt von der letzten Nacht des

¹¹⁷ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 45.

¹¹⁸ Abb. 3 im Anhang.

¹¹⁹ Ebd.

¹²⁰ Vgl. Marlow: Some Thoughts on the Poetics of the Order of Mediatized Political Discourse, S. 340.

¹²¹ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 68.

¹²² Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 76.

¹²³ Abb. 4 im Anhang.

¹²⁴ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 82f.

¹²⁵ Ebd., S. 83.

¹²⁶ Uwe Zimmer in einem Interview, zit. nach Höke: Sun vs. BILD, S. 224.

¹²⁷ Abb. 5 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

deutschen Medienunternehmers Ralph Burkei. Dieser hatte in der Nacht seines Todes einen guten Freund per SMS über seine Notlage informiert: „Wir sind im 6. Stock. Überall wird geschossen. Wir sitzen fest, wir wissen nicht, wie wir rauskommen sollen.“ Kurz später dann ein Anruf: „Ich liege hier auf einem Dach. Ich habe mir wahrscheinlich die Hüfte gebrochen. Die Uti liegt neben mir.“ Der Leser erfährt hier gar noch den Kosenamen Burkeis für seine Lebensgefährtin Ute. So wird er nicht nur emotional involviert, durch das Einzelschicksal ist das Thema zudem von seiner Komplexität auf eine individuelle Geschichte reduziert. Dadurch wird die Lektüre wiederum unterhaltender, da man die individuelle Erfahrung leichter auf das eigene Leben beziehen kann, als abstrakte Informationen über beispielsweise politische Ereignisse. Damit der Leser unterhalten wird, müssen die Artikel kurz und bündig geschrieben sein, komplexere Sachverhalte können nicht ausführlich erläutert werden. Höke verdeutlicht außerdem, dass eine Boulevardzeitung eher feste und tradierte Meinungsmuster vermitteln muss, um ihre Leser zu binden, als neue Denkansätze zu liefern.¹²⁸

Insgesamt sind die BILD-Geschichten wenig originell und fast nie bedeutsam. Cornelia Voss betont, dass täglich die gleichen Ereignisse neu aufgetischt werden, was der Leser nicht als langweilig, sondern als angenehm erfahre, da er in eine vertraute Welt eintaucht.¹²⁹

3.3 Aufmachung und Sprache der BILD-Zeitung

Wie in 2.2. erläutert, sind Boulevardzeitungen täglich abhängig von der Käuferentscheidung, da sie nicht im Abonnement bezogen werden können. Eine starke Leser-Blatt-Bindung und die ökonomische Absatzfähigkeit eines jeden Blattes sind so unabdingbar für seine Überlebensdauer. Die Aufmerksamkeit der Käufer und die spätere längerfristige Bindung muss sich jede Zeitung durch spezifische Methoden sichern. Sprache und Layout stellen so bedeutende Konstanten für den Verkauf einer Boulevardzeitung dar.

Die BILD-Zeitung verfügt über eine ganz eigene Sprachwahl, was nicht zuletzt verdeutlicht wird durch das ‚Bild‘-Wörterbuch des kritischen Internetportals *Bildblog*.¹³⁰ Um

¹²⁸ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 52.

¹²⁹ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 73.

¹³⁰ Vgl. Bildblog.de: ‚Bild-Wörterbuch‘, online unter: <http://www.bildblog.de/woerterbuch.php> [Stand: 10.2.2009]. Einige Journalisten veröffentlichen hier jegliche Fehlgriffe und Lügen der BILD-Zeitung. Die ihrem Wörterbuch entnommenen Begriffe werden gesondert mit Fußnoten etikettiert.

die sprachlichen Muster der BILD darzulegen und zu untersuchen, könnte eigens eine Arbeit geschrieben werden. Da dies den Rahmen dieser Untersuchung sprengen würde, erhebt sie keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Zur Veranschaulichung der BILD-Sprache und der ihr eigenen Sprachmuster dient das Internetangebot von Bild.de, willkürlich eingegrenzt auf den 2., 7., 8., 9., 10. und 11. Februar 2009.¹³¹ Ergänzend wird das ‚Bild‘-Wörterbuch herangezogen, da es oftmals besonders deutliche Beispiele liefert.

Auf den ersten Blick muss die BILD ins Auge fallen und zum Kauf anregen: Die erste Seite zeigt in bunter Aufmachung große Fotos und überdimensionale Überschriften, die an sich schon einen gewissen Unterhaltungswert bieten und den Inhalt der Zeitung veranschaulichen.¹³² Die Überschriften sind meist überdimensional und fett gedruckt und suggerieren so, einem bedeutsamen Artikel zuzugehören.¹³³ Dombrowski bemerkt, dass während ihrer journalistischen Tätigkeit bei der BILD Artikel immer erst dann als „rund“ bezeichnet wurden, wenn ein aussagekräftiges Foto dazu vorhanden war, sei es das Foto des Familienvaters, der Amok gelaufen war, Unfallfotos usw.¹³⁴ Neben einigen neutralen Artikeln und Bildern lockt das Onlineportal so mit dem blutüberströmten und zerschlagenen Gesicht eines Boxers, dem Foto einer glatzköpfigen Lagerarbeiterin, die von der Antriebswelle eines Paketbandes skalpiert wurde, zwei Bewohnern des ‚Big-Brother-Hauses‘ beim Liebesspiel unter der Bettdecke, schreienden Fußballtrainern, einem Dessous-Model und einem zertrümmerten Autowrack. Die Bilder sind durch die extremen Mimiken der Fotoobjekte hoch emotional. Sie zeigen derart extreme Gefühlsregungen, dass sie als stereotypisiert bezeichnet werden müssen, nicht zuletzt, weil sie vor allem der Sensationsbefriedigung dienen sollen.¹³⁵ So schafft es die BILD nach Tina Heppenstiel, Gegenstände „zweikanalig“¹³⁶, also über Text und Foto einzuführen, wodurch die Wirksamkeit des Artikels gesteigert werden kann.

Um den Leser zum Kauf zu bewegen, muss die BILD sprachlich Verständlichkeit für jedermann bieten: Einfache, emotionale und selten wertfrei gehaltene Artikel im um-

¹³¹ Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, der Startseite von Bild.de des jeweiligen Datums. Auf Grund der Vielzahl an Abbildungen konnten nur einige Beispiele als Abb. 6 in den Anhang eingefügt werden.

¹³² Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 29f.

¹³³ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 25.

¹³⁴ Dombrowski: Titten-Tiere-Tränen-Tote, S. 85.

¹³⁵ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 95/98.

¹³⁶ Tina Heppenstiel: „Busen-Pfusch“ und „Kampfhund-Drama“. Textgestaltung in der „Bild“-Zeitung, Saarbrücken 2007, S. 71; künftig zitiert als ‚Heppenstil: „Busen-Pfusch“ und „Kampfhund-Drama“‘.

gangssprachlichen Tonfall mit häufiger Verwendung von „Slangausdrücken“ nennt Höke als charakteristisch für Boulevardzeitungen.¹³⁷ Die Beiträge bewegen sich häufig in einem Umfang von fünf bis 30 Zeilen.¹³⁸ Ekkehart Mittelberg betont besonders den emotionalen Charakter der Umgangssprache, die nicht selten zu Extremen und Superlativen neigt.¹³⁹ Dementsprechend titelt die BILD: „Generation Suff: Unsere Kinder saufen immer schlimmer“. Auffällige Wort- und Satzcreationen, Schlagworte und Lautmalereien wecken zudem die Aufmerksamkeit des Konsumenten: „Blut-Comeback“, „Porno-Annina“, „Porno-Sänger“, „Grusel-Mörder“, „Helden-Kapitän“, „Rambo-Zuhälter“, „Suff-Raser“, „Kompost-Killer“, „Polen-Geisel“, „Terror-Transe“, „Selbstmord-Terror“ und „Sex-Folter“ sind solche lautmalerischen Wortcreationen, die der Leser täglich in der BILD finden kann. Diese sind derart emotional und extrem in ihrer Bedeutung, dass sie als „grotesk“¹⁴⁰ bezeichnet werden müssen. Außerdem eignen sie sich hervorragend, um bestimmte Bezüge komprimiert auf den Punkt zu bringen und beinhalten häufig bereits eine deutliche Wertung.¹⁴¹ Mit der Betitelung einer Prostituierten als „Sex-Hure“¹⁴² treibt die BILD dieses Verfahren auf die Spitze – die doppelte Sinnggebung verstärkt hier besonders die Aussagekraft des Artikels: die Hure verkauft Sex. Kurt Demmler, ‚Sänger und Widerling‘, wird auf Grund dieser angeblich in seiner Persönlichkeit vereinten Charaktereigenschaften als „Liederling“ bezeichnet. Auch in der „Schlange der Schande“, die wartende Bedürftige vor der Hamburger Armentafel meint, finden sich auffallend viele Vokale. Zudem wird mit der Alliteration gearbeitet, die auch beim „First-Baby für die First-Family“ (neben der Anapher), dem „Kompost-Killer“ oder bei dem Klau eines Werbeslogans für einen Artikel anderen Sachverhalts „GEIZ IST GEIL! Hier wartet München auf billiges Brot“ anklingt. Nach Mittelberg setzt die BILD die Alliteration als „Kampfmittel zu Überredung“¹⁴³ ein, schließlich fällt sie ins Auge. Damit ordnet sie die Artikel der Titelseite nach ihrer angeblichen Brisanz. Höke spricht zudem von moralistischen, dogmatischen und populistischen Sprachbil-

¹³⁷ Höke: Sun vs. BILD, S. 30.

¹³⁸ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 25.

¹³⁹ Vgl. Ekkehart Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, Marburg 1967, S. 38; künftig zitiert als ‚Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung‘.

¹⁴⁰ Ebd., S. 308.

¹⁴¹ Heppenstiel: „Busen-Pfusch“ und „Kampfhund-Drama“, S. 73/75.

¹⁴² Vgl. Bildblog.de: ‚Bild-Wörterbuch‘, online unter: <http://www.bildblog.de/woerterbuch.php> [Stand: 10.2.2009]. Die Autoren definieren ironisch: „Frau, die (anders als gewöhnliche Huren oder Prostituierte, die sexuelle Handlungen gegen Bezahlung anbieten) sexuelle Handlungen gegen Bezahlung anbietet.“

¹⁴³ Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 39.

dem¹⁴⁴: „Hamburger Tafel: Die Schlange der Schande. Immer mehr Hamburger gehen für kostenloses Essen zur Armentafel. Doch dort gehen die Spenden aus.“ mahnt die BILD mit erhobenem Zeigefinger. Um den Leser thematisch einzustimmen, nutzt sie anstelle moderner Umgangssprache auch mal eine altmodischere, gar „volkstümliche“¹⁴⁵ Ausdrucksweise, je nachdem, wie es mit dem Thema harmoniert:

„So hilft Ihnen das Heilwissen der Frauen vom Lande. Ihre Rezepte hat kein Arzt geschrieben, sondern die Erfahrung aus vielen Jahrhunderten: Das Heilwissen der Frauen vom Land – nie war es so wertvoll wie heute.“

Auffallend häufig nutzt die BILD die Bezeichnung ‚Wir‘: So schafft die BILD zumindest die Suggestion einer kollektiven BILD-Leser-Gemeinde und erzeugt dadurch sprachlich ein soziales Bewusstsein: „Wir sind Papst!“¹⁴⁶ Ein jeder deutscher Leser fühlt sich angesprochen, betroffen und zugehörig.

Die Überschriften der ersten Seite bezeichnet Timur Vermes als „gedruckten Aufschrei“¹⁴⁷, der durch Übertreibung und Provokation eine heftige Reaktion beim Leser erzeugen könne. Ekkehart Mittelberg bemerkt die Neigung zur Raffung der Schlagzeilen: Während diese in der Zeitungssprache ohnehin „elliptischen Charakter“¹⁴⁸ trägt, wird dies in der BILD auf die Spitze getrieben: Gerade Ausrufe, die zumeist nur aus Subjekt und Prädikat bestehen, erreichen durch ihrer Kürze besondere Prägnanz. „Sie war so stolz auf ihre blonden Locken: SKALPIERT!“ Imperative dienen insbesondere der Meinungsbildung und stellen nach Mittelberg das Hauptinstrument des Wirkungswillens der Zeitungssprache dar: „Tokio Hotel sollen zum Grand-Prix!“ Fragen hingegen dienen als Denkanstoß und können den Leser zudem neugierig machen¹⁴⁹: „Noch ein First-Baby für die First-Family?“. Zumeist ist jedoch davon auszugehen, dass der Inhalt des jeweiligen Artikels die Antwort auf die Frage diktiert. Nachdem der Papst die Exkommunizierung des ultra-konservativen Anhängers der Pius-Bruderschaft Bischof Richard Williamson aufhob, der den Holocaust leugnet, fragt die Bild: „Wer trägt Schuld am Papst-Desaster?“ In dem Artikel wird eine Person mit Namen genannt, die „einen kolossalen Fehler begangen und Papst Benedikt in diese schwierige Lage ge-

¹⁴⁴ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 30f.

¹⁴⁵ Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 45.

¹⁴⁶ Vgl. ebd., S. 20.

¹⁴⁷ Timur Vermes: Gedruckter Aufschrei! In: Insight. Markt und Management für Journalisten, 2003, S. 16.

¹⁴⁸ Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 45.

¹⁴⁹ Vgl. ebd., S. 20ff.

bracht“ habe.¹⁵⁰ Es kommt auch vor, dass die Frage bereits selber die Antwort impliziert: „Prügeln – Pöbeln – Morddrohungen. Wird diese TERROR-TRANSE endlich weggesperrt?“ Der Blick wird allein mittels der großgedruckten Lettern auf die Alliteration „Terror-Transe“ gelenkt, ‚Terror‘ ist durchweg negativ konnotiert, ‚Transe‘ für viele Menschen nicht eben weniger. Das Adjektiv „endlich“ lässt nur ein ‚Hoffentlich bald!‘ gelten. Bilder und Metaphern nennt Mittelberg als bedeutende Faktoren der Zeitungssprache, da sie in den Überschriften in besonderem Maße vorgeben, ein Abbild der Wirklichkeit geben zu können und somit die Wirkungskraft erhöhen, indem sie in hohem Grad emotionalisieren¹⁵¹: „Sex für die Augen: Ganz schön ‚schmutzige‘ Wäsche ...“. Ein Foto der Sängerin ‚Lady Gaga‘, die sich neben einem Hund verführerisch räkelt, wird als „tierisch gut“ bezeichnet. Auch Namen von Prominenten können als Blickfang dienen¹⁵²: „BALLACK-PLEITE: Gegen Hull stand die Null“. Interessiert sich der Leser ohnehin für den prominenten Fußballspieler Michael Ballack, wird er den Artikel wahrscheinlich lesen wollen. Zudem gehört es zum Konzept der Boulevardzeitungssprache, die Überschrift nicht für sich sprechen zu lassen. Liest der Käufer nicht den zugehörigen Text, kann er den Sinn der Überschrift wenn überhaupt schwer erfassen.¹⁵³ Nur durch den Kauf der BILD kann so die durch die Überschrift geweckte Neugier befriedigt werden.

Besonders Spitznamen stärken die Leser-Blatt-Bindung, da der regelmäßige BILD-Zeitungsleser bestimmte Assoziationen mit diesen in Verbindung bringt und sich in seiner (Bild-)Welt zuhause fühlt. Wichtig ist auch die Erkenntnis, dass der Leser dadurch weniger soziale Rollendistanzen fühlt.¹⁵⁴ „Klinsi gegen Klopp: So ticken die coolsten Trainer der Liga“ schreibt die BILD und verbindet hier die Stilelemente der Umgangssprache mit den Spitznamen. Nicht zuletzt erwecken die sorgsam ausgewählten Adjektive der Überschriften eine intensive emotionale Wirkungskraft, da sie immer wertend, oft „grell“ und häufig „stimmungsmachend“ sind.¹⁵⁵ Für den ausgewählten Zeitraum handelt es sich beispielsweise um „cool“, „dumm“, „völlig abgehoben“, „schmutzig“ (als deutliche sexuelle Anspielung), „sterbend“ und „tierisch aufregend“.

¹⁵⁰ Abb. 7 im Anhang.

¹⁵¹ Vgl. Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 123.

¹⁵² Vgl. ebd., S. 23ff.

¹⁵³ Michael Ballack verlor mit seinem Fußballteam *FC Chelsea* mit Null Punkten gegen das Fußballteam *Hull*.

¹⁵⁴ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 87.

¹⁵⁵ Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 44.

Die Sprache der BILD eröffnet dem Leser so eine ganz eigene Welt, in der besondere Gesetzmäßigkeiten gelten: „BILD ist der alltäglich gewordene Bruch mit jeder tradierten Sprache und mit jeder tradierten Form, es ist Collage, Montage, Assemblage [...]“¹⁵⁶ Sie verläuft nach bestimmten Mustern, die obgleich oder gerade wegen ihrer Einfachheit eingängig, oft wohlklingend und immer auffällig gestaltet werden. Die häufigen Appelle, Fragen und Aufforderungen lassen den Leser annehmen, ein Mitspracherecht zu haben.¹⁵⁷ Durch die kurzen und einfachen Artikel ist es dem Leser möglich, hastig und nebenbei zu lesen und sich zugleich emotional einzufühlen – ein abgehackter Schreibstil kann z. B. Spannung und Aufregung bewirken.¹⁵⁸ Die BILD neigt zur Bildlichkeit, nicht nur durch den überdimensionalen Abdruck aussagekräftiger Fotografien. Auch die Sprache ist drastisch und anschaulich, da sie mit emotional konnotierten Wortfeldern arbeitet. Andererseits führt jedoch auch gerade diese Anschaulichkeit zur emotionalen Teilhabe des Lesers. So ist die BILD sprachlich in erster Linie bewusst gestaltet: Die Sprache der BILD ist in jeder Hinsicht eine ‚Bild-Sprache‘. Neben der Überraschung für den Käufer schwebt jedoch auch immer die gewohnte Voraussehbarkeit der Artikelinhalte mit: Die gleichbleibenden Sprachmuster erzeugen Vertrautheit und binden den Leser an das Blatt.¹⁵⁹ Kein persönlicher Sprachstil des jeweiligen Journalisten, sondern ein „Teamstil“¹⁶⁰ macht sich in der Syntax bemerkbar: Die Sprache der Bild ist ein ‚Fastfood‘-Produkt – genormt und ohne gedanklichen Aufwand lesbar. Mittelberg betont, dass die BILD, hat sie bestimmte Wörter und Wendungen als verkaufsfördernd erkannt, dem Leser diese beharrlich aufischt.¹⁶¹ Bei der bloßen Betrachtung des Internet-Angebots von Bild.de über wenige Tage fällt vor allem die häufige Verwendung von Wortfeldern um Sex, Mord im Allgemeinen und besonders um den Terrorismus auf, weshalb die Forschung in ihrer Bewertung des BILD-Wortschatzes als stereotyp bestätigt werden kann.¹⁶² „Terror“, „Terrorismus“ und „Terrorist“ sind anscheinend nach früheren und jüngsten politischen Ereignissen Bezeichnungen, die den Leser interessieren und daher bevorzugt zum Kauf anregen.

¹⁵⁶ Enzensberger: Der Triumph der BILD-Zeitung, S. 657.

¹⁵⁷ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 33.

¹⁵⁸ Vgl. Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 37.

¹⁵⁹ Vgl. Elizabeth Bird: For Enquiring Minds. A Cultural Study of Supermarket Tabloids, Knoxville 1992, S. 77.

¹⁶⁰ Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 183.

¹⁶¹ Vgl. ebd., S. 119.

¹⁶² Vgl. z.B. ebd., S. 310.

3.4 Funktion der BILD-Schlagzeilen und -Artikel

Als ‚Funktion‘ wird das Wirkungspotential des Textes bezeichnet, das sowohl die Absicht der Produzenten als auch die Erwartungshaltung der Rezipienten umfasst.¹⁶³ Allerdings interessiert hier vor allem Ersteres, weil nicht die tatsächliche Wirkung, sondern die intendierte Wirkung von Belang ist. So muss präzise formuliert werden, dass die Fragestellung dieser Arbeit im Grunde nicht lautet ‚Produziert die BILD-Zeitung Feindbilder?‘, sondern ‚Will die BILD-Zeitung Feindbilder produzieren?‘. Wenn man die Funktion von Artikeln und Schlagzeilen betrachten möchte, so muss vorangestellt werden, dass die Kommunikationssituation hier als ideal angenommen wird.¹⁶⁴ Da diese wohl in der Realität nur selten anzutreffen ist, kann die hier herauszuarbeitende Wirkung nur als wahrscheinlich gewertet werden. Allerdings sind präzisere Aussagen über das menschliche Kommunikationsverhalten nur schwer auszumachen. Haben die Produzenten tatsächlich bestimmte Ziele, wie Artikel und Schlagzeilen von den Konsumenten rezipiert werden sollen, so reicht es nicht aus, diese nur einmalig zu formulieren. Vielmehr müssen die Artikel der BILD demnach im Zusammenhang betrachtet werden.¹⁶⁵

Absicht der Produzenten ist nach vorliegender Untersuchung der BILD-Sprache die Emotionalisierung der Leser: Zumindest spricht diese bestimmte menschliche Emotionen an, welche wiederum wichtig für weitergehende Ziele des Kommunikators ‚BILD-Zeitung‘ sind.¹⁶⁶ Der Zustand der Erregung, in dem der Leser intensiv Empörung, Zorn, Angst, Sensation oder Furcht empfinden kann, lässt den Produzenten in einen Dialog mit dem Leser treten.¹⁶⁷ Schließlich kann dadurch die Aufmerksamkeit des potentiellen Lesers und später die längerfristige Bindung an das Blatt erreicht werden. Die Vermittlung von Furcht und Angst geschieht nach Mittelberg auf Grund ihrer Effizienz besonders häufig:

„Gern berichtet die Zeitung von der geheimnisvollen, anonymen Angst, deren Ursache verborgen bleibt. [...] Teufliche Funde dämonischer Menschen kommen durch grausige Funde ans Licht.“¹⁶⁸

¹⁶³ Vgl. Büscher: Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse, S. 22.

¹⁶⁴ Vgl. ebd., S. 25.

¹⁶⁵ Vgl. ebd., S. 46.

¹⁶⁶ Vgl. ebd., S. 55.

¹⁶⁷ Vgl. Mittelberg: Wortschatz und Syntax der Bild-Zeitung, S. 49.

¹⁶⁸ Ebd., S. 50ff.

Mittelberg spricht in diesem Zusammenhang von einem ständigen Wechsel der Vermittlung von Angst und Geborgenheit.¹⁶⁹ Der Leser wird durch die Schlagzeile zum Kauf angeregt, da sie bestimmte Emotionen in ihm angesprochen hat. Nach der Lektüre des Artikels konnte diese emotionale Erregung vertieft oder aufrecht gehalten werden. Denn durch wissenschaftliche Untersuchungen kann heute belegt werden, dass die Überschriften eines Artikels den Leser insofern prägen können, als dass er den Sachverhalt des danach folgenden Textes bereits durch in der Schlagzeile vermittelte Wertungen/Vorurteile/etc. einordnet.¹⁷⁰ Da er diese emotionale Erfahrung als angenehm empfindet¹⁷¹, konsumiert er die jeweilige Zeitung regelmäßig.¹⁷² So ist davon auszugehen, dass der Kommunikator die Themen nach dem Grad des Emotionalisierungspotentials wählt und in einem zweiten Schritt diesen Inhalt in einer Form mitteilt, die das emotionale Wirkungspotential verstärken kann. Büscher erläutert hierzu anschaulich, dass „Mutter erwürgt ihr Baby“ wirkungsvolleren emotionalen Gehalt trägt, als z. B. ‚Frau erwürgt ihr Baby‘, da ‚Mutter‘ eigentlich positiv konnotiert ist und so die negative Aussagekraft der Schlagzeile im Kontrast noch viel sensationeller erscheint.¹⁷³ Dies erklärt, wieso das Sprachkapitel den Hang zu extremen Ausdrücken der Umgangs- oder Vulgärsprache nachgewiesen hat und inwiefern häufig rhetorische Mittel Einsatz finden. Hieraus ergibt sich, dass in der nachfolgenden Feindbildanalyse sowohl der inhaltliche als auch der sprachliche Charakter des jeweiligen Artikels auszuwerten ist und für die Aussage des Artikels als maßgeblich betrachtet werden muss.

Die hohe Emotionalität und die kurzen Sätze der BILD-Sprache wertet Mittelberg außerdem als Bestreben der Macher, den Leser „führen“ zu wollen, da seine Denkschritte so gelenkt werden können.¹⁷⁴ Schließlich beurteilt Wilhelm Schmidt „emotional bewegendes Texte“ als „[...] bewußtes Einwirken des Produzenten auf den Rezipienten mit dem Ziel einer qualitativen und/oder quantitativen Veränderung seines Gemütszustandes“.¹⁷⁵ Büscher verdeutlicht mit Bezug auf Rolf Grimminger und Peter Nusser, dass

¹⁶⁹ Vgl. ebd., S. 313.

¹⁷⁰ Vgl. z.B. Büscher, Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse, S. 7.

¹⁷¹ Der Leser kann extreme Gemütsbewegungen von Gefahr und Angst usw. spüren und wird so für kurze Zeit aus seinem monotonen Alltag gerissen, ohne selbst involviert und wirklich in Gefahr zu sein – z.B. bei einem Flugzeugabsturz o. ä. Würde der Leser das Medium nicht als befriedigend erfahren, konsumierte er es nicht regelmäßig. Vgl. hierzu ebd., S. 79.

¹⁷² Vgl. ebd., S. 56ff.

¹⁷³ Vgl. ebd., S. 63.

¹⁷⁴ Bgl. Mittelberg: Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung, S. 193.

¹⁷⁵ Wilhelm Schmidt: Thesen zur Beschreibung und Einteilung von Texten, In: Brüner Beiträge zur Germanistik und Nordistik II, 1980, S. 88.

die Emotionalisierung, die einfache Sprache und auch das Ausklammern unübersichtlicher Verknüpfungen zu den „Strategien der Wahrnehmungserleichterung“ gehören: Komplexe Zusammenhänge werden auf ihren sinnlichen Gehalt verkürzt, weshalb die BILD mit Stereotypen¹⁷⁶ arbeitet. Die „affektlösenden Strategien“ möchten Emotionen auslösen, z. B. „durch eine diffamierende Darstellung bestimmter Personen oder Personengruppen“, die Büscher für den Feindbild-Komplex bedeutsam als „out-groups“ bezeichnet.¹⁷⁷ Dies ist jedoch eine bedenkliche Art der Berichterstattung: Durch die Suggestion und ständige Betonung von Gefahren, durch eine Darstellungsform, die nach Mittelberg „verzerrend, aufbausend, schockierend, dramatisierend, schmeichelnd, verallgemeinernd“¹⁷⁸ arbeitet, wird das logische Denken erheblich erschwert – wenn nicht gar unmöglich gemacht. Neben der Emotionalisierung ist zudem die Personalisierung als wichtige Funktion zu nennen¹⁷⁹, da sie im besonderen Maße bewirkt, dass der Leser den jeweiligen Artikel auf seine eigene Lebenssituation beziehen und übertragen kann. Dazu passend formuliert Ulrich Saxer als Wirkungsziel der Boulevardpresse die „Entlastung, Bestätigung und Stimulierung der Leser“¹⁸⁰.

Letztendlich muss kritisch resümiert werden, dass die BILD dem Leser eben nur eine Wirklichkeit vortäuscht, ihn Emotionen erleben lässt, die ihn glauben lassen könnten, an etwas teilzuhaben, das ihm jedoch tatsächlich verwehrt bleibt:

„Die Zeitung gewährt ihrem Leser einen emotionalen Gestaltungsraum, den er gesellschaftlich nicht besitzt. [...] Der Leser fällt nach seinem ‚Traum- oder Actiontrip‘ in sein erlebnisarmes Alltagsleben zurück, aus dem heraus wiederum seine Empfänglichkeit für Ersatzwelten umso stärker wird. [...] ‚Endstation BILD-Sucht‘ könnte das Verhältnis des Lesers zu seinem Blatt kennzeichnen.“¹⁸¹

Die bisherige Untersuchung zeigt auf, dass Zeitungsmacher in der Lage sind, durch ihre Sprache und Inhalte zu lenken. In welche Richtung sie lenken und was sie den Rezipienten in dem vorliegenden Fall der BILD-Zeitung thematisch vermitteln, wird im Folgenden dargelegt.

¹⁷⁶ Treffend erläutert Uwe Zimmer in einem Interview: „Sie finden Aschenputtel, sie finden die böse Schwiegermutter, sie finden Hans im Glück. Es gibt gar nicht so viele originelle Boulevardgeschichten.“ zit. nach Höke: Sun vs. BILD, S. 247.

¹⁷⁷ Vgl. Büscher: Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse, S. 87.

¹⁷⁸ Mittelberg: Wortschatz und Syntax der Bild-Zeitung, S. 310.

¹⁷⁹ z.B. Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 241.

¹⁸⁰ U.a. Ulrich Saxer: 20 Jahre Blick. Analyse einer schweizerischen Boulevardzeitung, Zürich 1979, S. 7.

¹⁸¹ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 103.

3.5 Das Überzeugungssystem der BILD-Zeitung

Dieses Unterkapitel, das letztendlich das Überzeugungssystem der BILD-Zeitung formuliert und damit für die weitere Untersuchung unabdingbar ist, setzt sich aus den Ergebnissen der Sekundärliteratur, den Ergebnissen der vorangegangenen Unterkapitel sowie aus den Konsequenzen der Verlagsgeschichte zusammen.

Folgt man den Ergebnissen Gudrun Kruips, so stellt das Überzeugungssystem das Ergebnis der Geschichte des Axel-Springer-Verlags dar. Seit den 50er Jahren entwickelte sich Springer immer mehr zu einem „politischen Missionar“¹⁸², da er durch einflussreiche Freunde davon überzeugt wurde, auf Grund seiner machtvollen Position auch Anrecht auf eine Einflussnahme in politische Angelegenheiten zu haben. Diese Idee entwickelte sich zu Springers Handlungsmaxime: „It is my credo that a newspaper has no right to remain politically indifferent.“¹⁸³ So trat er seitdem vehement für die deutsche Einheit, Westanlehnung und Anti-Kommunismus ein, wodurch sich augenscheinlich eine ideologische Linie des Verlags entwickelte. In einer Rede 1967 proklamierte Springer endgültig vier Leitsätze, die für seine Journalisten maßgeblich sein sollten:

„1. Das unbedingte Eintreten für die friedliche Wiederherstellung der deutschen Einheit in Freiheit; 2. Die Aussöhnung zwischen Juden und Deutschen; dazu gehört auch die Unterstützung der Lebensrechte des israelischen Volkes; 3. Die Ablehnung jeglicher Art von politischen Extremismus; 4. Die Bejahung der freien sozialen Marktwirtschaft.“¹⁸⁴

Die offen formulierten Leitsätze wandelten sich nach Kruij schnell zur einheitlichen Meinungslinie des Verlags, die sie selbst als „[geistige] und [ideelle] Erstarrung“¹⁸⁵ bewertet. Springers Bewertung der erzieherischen Aufgabe des Verlags überstieg die Prinzipien ohnehin bei weitem.¹⁸⁶ Denn Springer sah sich politisch als ‚Mann der Mitte‘ und als Beschützer des ‚kleinen Mannes‘.¹⁸⁷ Der Glaube an Autoritäten, Religion, Staat, Nation und Familie – und damit vor allem das Einstehen für das Christentum, den Antikommunismus und den Kapitalismus „galten Springer als Garanten der bestehenden

¹⁸² Kruip: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 93.

¹⁸³ Axel Springer, zit. nach Kruip: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 108.

¹⁸⁴ Rede Axel Springers mit dem Titel: „Viel Lärm um ein Zeitungshaus“ vom 26.10.1967 vor dem *Übersee Club* in Hamburg, zit. ebd., S. 111. Nach der deutschen Wiedervereinigung wurde der erste Grundsatz geändert in: „Das Unbedingte Eintreten für den freiheitlichen Rechtsstaat Deutschland als Mitglied der westlichen Staatengemeinschaft und die Förderung der Einigungsbemühungen der Völker Europas.“

¹⁸⁵ Ebd., S. 117.

¹⁸⁶ Vgl. ebd., S. 111/117.

¹⁸⁷ Vgl. ebd., S. 120.

Ordnung“¹⁸⁸. Sein Glaube an Autoritäten führte dazu, dass die Springer-Presse der jeweiligen Regierung loyal gegenübertrat.¹⁸⁹ Diese eigentlich konservativ-nationalen Ideen formulierte Springer jedoch als harmonische deutsche Gesellschaftsordnung, die sich in der Mitte zwischen dem linken und rechten Flügel befinde und somit alle politischen Gegensätze ideal vereine.¹⁹⁰ Dass eine solche Harmonie mehr Utopie als Realität darstellt, hat in Springers Weltbild nie Eingang gefunden. Dazu gehört auch, dass das Entstehen des Verlags für Demokratie nie bedeutete, alle ihre Elemente anzuerkennen. Durch die Utopie eines harmonischen Gesellschaftsideals wurden oppositionäre Strömungen schlichtweg negiert, galten sogar als Bedrohung.¹⁹¹ So wurden jene, die sich nicht in dieses Gesellschaftsmodell eingliederten, ausgegrenzt, die Welt in gute (demokratische) und schlechte (kommunistische) Länder aufgeteilt. In ihren Artikeln propagierte die BILD diese Ideologie derart, dass eine sachliche Information für den Leser unmöglich wurde.¹⁹² Das Springer'sche Demokratieverständnis verlangt eben „nicht die Erziehung der Leser zu kritischen Staatsbürgern, sondern stützte sich auf eine möglichst exakte Widerspiegelung der Meinung einer vermuteten Mehrheit, eben der ‚Mitte‘“¹⁹³. Der Leser soll durch eine unübersichtlich gewordene Welt von der BILD ‚geführt‘ werden – eine Art autoritäres Verhältnis zwischen der BILD und ihren Konsumenten zeigte sich demnach rasch in der beispielelosen Erfolgsgeschichte des Blattes.¹⁹⁴ Dies führt soweit, dass die Deutschen für Springer selbst „eine große Familie“¹⁹⁵ darstellten. Verdeutlicht wird dieses Konzept in der *Qualitativen Analyse des BILD-Lesers* von 1966. Der Leser solle „angesprungen“ werden, heißt es hier: Da es sich um eine psychoanalytische Leser-Analyse handelt, wird der Freud'sche Wortschatz von ‚Ich‘, ‚Es‘ und ‚Über-Ich‘ zur drastischen Darstellung genutzt. So solle der Leser in seinem Es-Bereich durch die Emotionalität angesprochen werden:

„*BILD* geht auf die verborgenen Wünsche und Antriebe der Leser ein, indem ein gewisses Maß an Sensation und Sex, an Berichten von Unglücksfällen und Verbrechen vorgestellt wird. Der Leser hat also die Möglichkeit, seine Es-Ansprüche ersatzweise zu befriedigen, ohne daß er damit den eigenen Bestand und das gesellschaftliche Gefüge gefährdet.“¹⁹⁶

¹⁸⁸ Ebd., S. 124.

¹⁸⁹ Vgl. ebd., S. 147.

¹⁹⁰ Vgl. ebd., S. 128.

¹⁹¹ Vgl. ebd., S. 148.

¹⁹² Vgl. ebd., S. 154.

¹⁹³ Ebd., S. 150.

¹⁹⁴ Vgl. u.a. Jordan: *Presse und Öffentlichkeit*, S. 46ff.

¹⁹⁵ Brief Springers an den Leiter der Presseabteilung des sowjetischen Außenministers, zit. nach ebd., S. 198.

¹⁹⁶ Axel-Springer-Verlag: *Qualitative Analyse der BILD-Zeitung*, S. 192.

In seinem „Verlangen nach einer geordneten [...] Welt“, die oft „unüberschaubar“ und „bedrohlich“ sei, diene die BILD als „ordnende und richtende Instanz“, die dem Verlangen des Lesers nach „Autorität“ und „Ordnung“ beikomme. Diese „Über-ich-Funktion“ sei eine „Elternrolle“, in der die Zeitung „männliche Autorität“ und zugleich „mütterliche Fürsorge“ darstellen müsse.¹⁹⁷ Von daher kann angenommen werden, dass die BILD-Inhalte für denjenigen Leser, der sich diesem Konzept unterordnet, maßgeblich werden. Denn er fühlt sich wohl in einer Art BILD-Familie, die der jeweilige Text proklamiert. Dieses Konzept wird in der BILD vor allem deshalb anschaulich, weil sie, anders als andere Boulevardzeitungen, ein starkes „Wir-“ sowie ein „Ihr-Gefühl“¹⁹⁸ weckt. Durch diese starke Polarisierung entsteht in der Folge ein Gut-Böse-Schema. Anschaulich wird dies beispielsweise in einem Artikel über den Österreicher Josef Fritzl, der seine Tochter und einige gemeinsame Kinder in einem selbstgebauten Kerker über Jahrzehnte quälte:

„Vergewaltigung, sexueller Missbrauch, Freiheitsberaubung, Tötung durch Unterlassung. Verantwortlich dafür ist ein Mann: Josef Fritzl. Begreifen kann das in Amstetten niemand. Während nach und nach neue Fakten ans Tageslicht kommen, versuchen die Menschen des kleinen Ortes zu verstehen, was jahrelang in ihrer Mitte passierte.“¹⁹⁹

Die Bild übernimmt außerdem allgemein die Rolle des guten Selektierers, dem man vertrauen kann. Am 24. Dezember 2008 titelt die BILD z.B.:

„BILD schenkt Ihnen nur gute Nachrichten: Chefs versprechen neue Jobs für 2009. Supertalent Hirte versöhnt sich mit dem Vater. Sechslinge dürfen endlich nach Hause. Bayern-Boss bietet Hoffenheim Frieden an.“²⁰⁰

So heißt es in der *Qualitativen Analyse* selbst: „Dank ihrer Autorität nimmt die Zeitung dem Leser das Ordnen, Sichten und Bewerten der Ereignisse, welche die gegenwärtige Welt repräsentieren, ab.“²⁰¹ Auch weist sie dem Leser inhaltlich den rechten Platz in der Gesellschaft zu: So berichtet Günther Wallraff, dass die BILD einmal einen Artikel gedruckt habe, in dem ein Arbeiter mit seinem Chef für einen Tag getauscht habe. Er endete mit der Einsicht des Arbeiters, lieber an seiner Maschine stehen zu wollen, als den

¹⁹⁷ Ebd., 178ff.

¹⁹⁸ Lutz Tillmann in einem Interview vom 26.2.2004, zit. nach Höke, Sun vs. BILD, S. 165.

¹⁹⁹ Bild.de: ‚Mahnwachen für die Opfer‘ vom 30.4.2008, online unter: <http://www.bild.de/BILD/news/vermischtes/2008/04/30/inzest-mahnwachen/ermittler-fahnden.html> [Stand: 2.3.2009].

²⁰⁰ Abb. 8 im Anhang.

²⁰¹ Axel-Springer-Verlag: *Qualitative Analyse der BILD-Zeitung*, zit. nach Wallraff: *Der Aufmacher*, S. 86.

verantwortungsvollen und schwierigen Posten des Chefs zu übernehmen.²⁰² Damit wird die BILD von der Forschung zu Recht allgemein hin als „konservativ“²⁰³ eingestuft. Dies hängt auch mit einer klaren Bejahung der politischen Führung Deutschlands zusammen. Grundsätzliche Kritik an der Führungsspitze findet man in der BILD nicht. Stattdessen werden die hohen Politiker als Vor- und Leitbilder begrüßt. So heißt es am 5. November 2003 gar in einem Kommentar: „Der Kanzler weiß viel. Vor allem: Die Steuersenkung kommt wirklich!“²⁰⁴ Das ‚Wir-Gefühl‘ wird zudem angesprochen, indem der Kommentator schreibt: „Der Kanzler hat **uns** das kleine Einmaleins der Wirtschaft vorgeführt.“²⁰⁵

Folgend wird nun das Überzeugungssystem explizit formuliert. Vorweggenommen werden muss, dass das Überzeugungssystem der BILD grundsätzlich kein in sich logisches ideelles Werte-Gerüst darstellt. Propagiert wird vielmehr, was Auflage bringt, denn der Verkauf der Zeitung steht immer vor dem Werte- und Normengerüst, da er existenzbestimmend ist. „Auf dem Boulevard funktioniert die Mechanik der Scheinmoral noch anstandslos.“, bewertet der *Spiegel* beispielsweise die Hetzkampagne gegen Sibel Kekilli, weil die BILD im Februar 2004 häufig ihren moralischen Standpunkt gewechselt hatte.²⁰⁶

Die Macher der BILD formieren eine BILD-Familie: Die naiven Kinder, die Schutzbefohlenen, stellen hierbei die Leser. Diejenigen, die wirkliche Verantwortung bei der redaktionellen Gestaltung der Zeitung tragen, spielen eine Elternrolle. Die Familie fungiert als einer der

„wichtigsten Träger des gesellschaftlichen Wertesystems: Je enger die emotionale Bindung an die Eltern ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, mit deren genereller Weltanschauung übereinzustimmen.“²⁰⁷

Dazu gehört, dass die BILD in ihren Artikeln die Erscheinungen der Welt selektiert und über sie richtet, wobei generell eine Tendenz festzustellen ist, die Zwischentöne binnen der Darstellung von ‚Gut‘ und ‚Böse‘ ausspart.²⁰⁸ Die BILD beansprucht als autoritäre Instanz somit die Befähigung, entscheiden zu dürfen, welche Personen und Geschehnis-

²⁰² Vgl. ebd., S. 239.

²⁰³ Vgl. z.B. Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 119ff.

²⁰⁴ BILD-Zeitung vom 5.11. 2003, Seite 2, entnommen und Vgl. Höke, Sun vs. BILD, S. 202.

²⁰⁵ Ebd.

²⁰⁶ Artikel aus der 9. Ausgabe des *Spiegels* von 2004, zit. nach ebd., S. 26.

²⁰⁷ Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 199.

²⁰⁸ Vgl. ebd., S. 204.

se verurteilt werden müssen und welche nicht. Diese Methodik bewertet Voss als „[modernisierte] Form des Prangers“²⁰⁹. Damit nimmt die BILD für sich in Anspruch, Träger der „definitive[n] weltanschauliche[n] ‚Wahrheit‘“ zu sein. Ihre Weltsicht besitzt so den Ausschließlichkeitscharakter, den Tepe als notwendiges vorbewusstes Kriterium für die Entstehung von Feindbildern wertet.²¹⁰ Jene, die sich gegen die BILD und ihre Methoden stellen, werden folglich bestraft, denn sie haben nichts anderes verdient. Dazu kann die Hetzjagd gegen Günter Wallraff gezählt werden, der nach der Entlarvung seiner Identität in zahlreichen Artikeln verunglimpft wurde, aber auch die Kampagne gegen Schauspielerin Sibel Kekilli.²¹¹ Außerdem äußerte sich der Konzern nie entschuldigend, einsichtig oder beschwichtigend zu gesellschaftlichen Streitpunkten, in deren Zentrum die BILD im Laufe ihrer Geschichte stand – seine Anmaßung, unfehlbar zu sein, wäre damit brüchig geworden.

Damit das Konstrukt der BILD-Familie als solches funktioniert, müssen alle an einem Strang ziehen. Die Propagierung einer deutschen Bevölkerung, innerhalb derer jeder Deutsche an dem ihm zugedachten Platz steht, an dem er für das Gemeinwohl einstehen muss, führt in seiner Konsequenz tatsächlich zu einer ‚Volksideologie‘. Diese Ideologie gibt die Einheitlichkeit der deutschen Bevölkerung vor und sieht sie als homogene Masse an, deren Mitglieder in ihren Ansichten und ihrer Werthaltung übereinstimmen. Daraus resultiert auch, dass jeder, der sich gegen dieses Volk als Einheit stellt, der ihre Funktionalität bezweifelt, die BILD-Familie und ihren Frieden stört. Er kann zu einem Gegner des Systems werden. Die pluralistische Meinungsvielfalt steht so beispielsweise der Propagierung der **einen** Volksseele entgegen. Die BILD formt so vor allem – auch gerade durch diese Abgrenzung - eine starke Gemeinschaft: „Anfeindungen bzw. Versuche der Perturbation sind für [ihr] eigenes Gedeihen erst konstitutiv.“²¹² Rekapitulierend kann so zwar tatsächlich von einer überparteilichen Zeitung ausgegangen werden, jedoch in eine andere Richtung, als die BILD vorgibt: Das Konzept der Überparteilichkeit selbst wird hier zum politischen Statement. Denn die gesamte deutsche Bevölke-

²⁰⁹ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 89.

²¹⁰ Vgl. Peter Tepe/Tanja Semlow: Mythisierung des Gegners: Feindbilder. In: Mythos 3 (erscheint 2009), S. 20ff. Künftig wird aus dem Manuskript des Aufsatzes zitiert als ‚Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder‘.

²¹¹ Siehe Fußnote 59.

²¹² Stefan Weber: Nachrichtenkonstruktion im Boulevardjournalismus, Wien 1995, S. 152.

zung wird angesprochen.²¹³ Natürlich wird diese Ideologie propagiert, damit sich auch **alle** angehalten fühlen, die Zeitung zu kaufen, weil sie ihrem Konzept zugehörig sind.

Die menschliche Neigung der Abgrenzung zu anderen Gruppen, die auch die Gruppe der ‚BILD-Familie‘ formiert, rückt den Feindbild-Komplex in den Fokus der Arbeit. Hier wird ersichtlich, dass einige Kritiker der BILD in ihren Wertungen berücksichtigt werden mussten und dass die BILD das Potential trägt, Feindbilder konstruieren und vermitteln zu können.

4 Theorie

Der Begriff ‚Feindbild‘ soll in dieser Arbeit keine inflationäre Bedeutung tragen. So wird im Folgenden aufgeschlüsselt, was unter einem ‚Feindbild‘ zu verstehen ist. Die Definition basiert auf der Gedankenführung Peter Tepes (in Zusammenarbeit mit Tanja Semlow) und wird in einem zweiten Schritt durch die Arbeit Christoph Wellers zum Feindbildkomplex ergänzt.

4. 1. Peter Tepes Feindbildtheorie – Wann spricht man von einem Feindbild?

Grundsätzlich muss vorangestellt werden, dass jede Menschengruppe sowohl ein Feindbild tragen als auch verkörpern kann.²¹⁴ Um den Begriff ‚Feindbild‘ herzuleiten, beschäftigt sich Tepe vorerst mit verschiedenen Arten von Gegnerschaft, die im weltanschaulichen, politischen und im kulturellen Bereich entstehen. Zwei Kontrahenten (X und Y) stehen einander gegenüber, wobei Tepe eindimensional vorgeht, eben nur die Sichtweise von X auf Y berücksichtigt und nicht das gegenteilige Bild. Ausgehend von seiner Theorie der *Kognitiven Hermeneutik* nimmt Tepe an, dass Menschen an verschiedene Überzeugungssysteme (religiös oder profan) gebunden sind, ohne sich dessen

²¹³ Die deutsche Bevölkerung setzt sich im Gegensatz zu dem deutschen Volk aus allen Staatsbürgern zusammen. Dazu zählen also auch alle Immigranten.

²¹⁴ Vgl. Peter Tepes: Grundsätzliches über Feindbilder. In: Aufklärung und Kritik. Zeitschrift für freies Denken und humanistische Philosophie 2, 2002, S. 51; künftig zitiert als ‚Tepe, Grundsätzliches über Feindbilder‘.

unbedingt bewusst zu sein.²¹⁵ Tepe betont, dass das jeweilige Überzeugungssystem die Menschen und ihre Interessenlage lenkt, ihr Leben zu positionsgebundenem Leben macht. Niemals aber lenken die Menschen das Überzeugungssystem.²¹⁶ Die Anwendung religiöser Praktiken aus Heuchelei fällt z. B. aus diesem Rahmen: „Nach unserer Auffassung ist die jeweilige Interessenlage selbst eine durch das zugrunde liegende Überzeugungssystem geprägte Größe“²¹⁷.

Die Erkenntnis der Positionsgebundenheit menschlichen Lebens bezieht Tepe nun auf die Sichtweisen unterschiedlicher Gegner: Ein ‚Gegner‘ meint immer einen Gegner für ein bestimmtes Überzeugungssystem. Dabei differenziert er aber zwischen „einfacher“ und „grundsätzlicher Gegnerschaft“.²¹⁸ ‚Einfache Gegnerschaft‘ bedeutet Gegnerschaft innerhalb desselben Überzeugungssystems. Mitglieder verschiedener politischer Parteien freiheitlich-demokratischer Grundordnung sind demnach beispielsweise einfache Gegner. ‚Grundsätzliche Gegnerschaft‘ hingegen bedeutet Gegnerschaft zu einem anderen, mit der eigenen Sichtweise unvereinbaren Überzeugungssystem. Politische Parteien faschistischer Grundhaltung stehen den demokratischen Parteien z. B. auf diese Weise gegenüber. Allein diese Art von Gegnerschaft ist für Tepes Theorie bedeutsam. So steht der Feindbildanalyse immer die Frage voran, worauf sich die grundsätzliche Gegnerschaft zwischen X und Y begründet. Der praktische Teil dieser Arbeit wird sich allerdings auch mit der einfachen Gegnerschaft befassen und die ähnlichen Strukturen der ‚Feindbilder‘ nach Tepes Definition herausarbeiten. Allgemein wird die Frage gestellt, ob nicht auch einfache Gegnerschaften nach feindbildtypischem Baumuster gestaltet sein können.

Wiederum trifft Tepe eine Unterscheidung, indem er zwischen zwei Ebenen differenziert.²¹⁹ Für die erste Ebene muss eine grundsätzliche Gegnerschaft vorliegen, wozu auch gehört, dass die Art der Gegnerschaft bestimmt wird durch die Suche nach Gegenbildern (Personen, Ereignisse, Gegebenheiten, die die Werte des verabscheuten Überzeugungssystems beispielhaft aufzeigen). Dieses zutreffende Bild eines Gegners ist notwendig, um richtig auf ihn reagieren zu können. Da der Vorgang in der menschl-

²¹⁵ Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 11f. „Die kognitive Hermeneutik arbeitet mit der Annahme, dass alle Formen menschlichen Lebens an – variierende – Überzeugungssysteme gebunden sind. Individuen gehen von bestimmten Überzeugungen aus, die zumeist nicht als solche gewusst werden und präsent sind.“

²¹⁶ Vgl. ebd.

²¹⁷ Ebd.

²¹⁸ Ebd., S. 13.

²¹⁹ Vgl. ebd.

chen Natur angelegt ist, bewertet Tepe ihn als grundsätzlich legitim.²²⁰ Der Unterschied zwischen dieser Ebene und der zweiten Ebene besteht nun darin, dass auf der zweiten Ebene ein Bild des grundsätzlichen Gegners vorherrscht, das aus empirischer Sicht als unbegründet und verfehlt zu bewerten ist, da eine negative Überhöhung des Gegner sowie seine „Dämonisierung“ oder „Mythisierung“ geschehen ist. Die X sehen die Y – ohne Ausnahme – als „Monster“ an.²²¹ Oft verbinden sich die Ebenen: Ein Grundsätzlicher Gegner ist gefunden, im zweiten Schritt erfährt er eine Dämonisierung. Da grundsätzliche Gegnerschaft jedoch nicht notwendigerweise bedeutet, dass Y ein böses Wesen ist, ergibt sich aus empirischer Sicht die Notwendigkeit der Überprüfung derartiger Annahmen. Der zweite Analyseschritt besteht so darin, die Unverhältnismäßigkeit der Dämonisierung aufzudecken.

Im nächsten Schritt postuliert Tepe, dass die Dämonisierung des grundsätzlichen Gegners deshalb so oft geschieht, weil sie vorteilhaft ist: sie mobilisiert im Kampf gegen die durchweg bösen Y, spricht **Emotionen** an und wirkt mitreißend.²²² Dieser Kampf gegen die Y wird nicht mehr als Kampf gegen Menschen, sondern Monster angesehen, so sind alle Mittel erlaubt. Das Denken und Leben der X wird insofern erleichtert, als dass sie für alle (für sie selbst negativen) Geschehnisse einen Sündenbock vorziehen, der wiederum versucht, seine Schuld an allem zu verbergen. Vor allem stabilisieren derartige Vorstellungen das eigene Überzeugungssystem, wodurch Menschen häufig bereit sind, auch empirisch unbelegbare Vorwürfe und Charakterzuweisungen zu akzeptieren.²²³ Die X werden durch diese drastische Abgrenzung zu den Y eine starke Gemeinschaft.²²⁴ Weiterhin steigert die Dämonisierung das Selbstbewusstsein und verschafft Orientierung ohne Selbstzweifel, da man im Kampf gegen Y definitiv der richtigen Gruppe angehört – dies bedeutet nach Tepe auch, dass die X im Kampf gegen die Y ein gutes Gewissen haben.²²⁵ Gerade dieses Definitionselement sowie auch die unbedingte Forde-

²²⁰ Vgl. ebd. „Menschen sind Lebewesen, die auf Überzeugungssysteme angewiesen sind und durch sie gesteuert werden. In dieser Grundkonstellation ist die Spannung zwischen Vor- und Gegenbildern bereits angelegt. Es ist daher unanstößig und legitim, dass z. B. bestimmte Menschen auf dieser Ebene als Gegenbilder angesehen werden.“

²²¹ Vgl. ebd., S. 14.

²²² Vgl. ebd.

²²³ Vgl. ebd.

²²⁴ Vgl. Tepe: Grundsätzliches über Feindbilder, S. 56.

²²⁵ Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder., S. 15.

rung nach Vernichtung der Y, werden in dieser Arbeit nicht als maßgeblich für die Bestimmung eines Feindbildes gewertet.²²⁶

Tepe geht von einer grundsätzlichen menschlichen Anfälligkeit für Illusionsbildungen aus, daher beweisen sich besonders die empirisch falschen oder problematischen Annahmen als nützlich: sie wirken mobilisierend, enthemmend und entlastend, das Selbstbewusstsein stärkend und sind der Bekämpfung der Y dienlich.²²⁷ Dabei vollzieht sich die Dämonisierung immer auf gleiche Weise, egal, ob die grundsätzliche Gegnerschaft eine objektive Grundlage hat oder nicht.

Die einzelnen Schritte der vorbewussten Gedankenkette, die zur Dämonisierung führt, werden nun von Tepe aufgezeigt. Vorausgesetzt wird die **Verabsolutierung** der eigenen Position: X sieht sein Überzeugungssystem als definitiv richtig an, er glaubt über die weltanschauliche ‚Wahrheit‘ zu verfügen. Daraus ergibt sich, dass Y definitiv falsche Werte vertritt und sich zusätzlich sperrt, die ‚Wahrheit‘ anzuerkennen, da Y wiederum mit einer weiteren Gegenmacht in Verbindung steht. Dadurch erscheint Y durchweg negativ, ja sogar als teuflisches Wesen.²²⁸ Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die bildliche Darstellung des Gegners, die oft nach bestimmten Mustern geschieht und dem verhassten Gegenbild ein stereotypes, häufig hässliches und dadurch stets abrufbares Äußeres andichtet.²²⁹ Auch das Wesen des Feindes wird als unveränderlich angesehen.²³⁰ Insgesamt sehen sich die X als ‚die Guten‘ in einem großen Kampf gegen die ‚bösen‘ Y. Proklamiert wird ihr Sieg über die ‚böse Macht‘ nach einem langem, harten Kampf. Bis dahin besteht die Gefahr, von den ‚Bösen‘ existenzgefährdend geschädigt zu werden.²³¹

Diese Gedankenkette führt wiederum zu Verschwörungstheorien: Die Y stehen mit einer bössartigen Gegenmacht in Verbindung, bilden eine homogene Gruppe, verfolgen das Ziel der Weltherrschaft und versuchen, dies durch verschwörerische Mittel zu erreichen. Sie operieren im Geheimen.²³² Aus dieser Logik vollzieht sich die Konsequenz für die X, die Y als Monster anzusehen. Nicht die Realisierung eines grundsätzlichen

²²⁶ Können die X die Y nicht abgrundtief und ausnahmslos hassen und sich gleichzeitig bewusst sein, dass ‚Ausrottung‘ nicht die richtige Lösung der Konfliktlage sein kann? Und muss daher wirklich geschlussfolgert werden, dass es sich nicht um Feindbilder handelt?

²²⁷ Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 15.

²²⁸ Vgl. ebd., S. 21.

²²⁹ Vgl. ebd.

²³⁰ Vgl. Tepe: Grundsätzliches über Feindbilder, S. 59.

²³¹ Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 21.

²³² Vgl. ebd., S. 22.

Gegners ist demnach problematisch, sondern die Verabsolutierung der eigenen Welt-sicht als definitiv ‚gut‘, die Grundvoraussetzung für die Dämonisierung.²³³

Diese Überlegungen zur grundsätzlichen Gegnerschaft bringt Tepe nun in den Feind-bild-Zusammenhang: Ein ‚Feind‘ meint immer einen grundsätzlichen Gegner, ‚Feind-schaft‘ die radikalisierte Form der Gegnerschaft, mit oder ohne objektive Grundlage. Den Begriff ‚Feindbild‘ differenziert er wiederum: Ein ‚Feindbild 1‘ meint das Bild der X von Y auf Ebene 1, also ein durchaus legitimes, ein ‚Feindbild (+)‘. Ein ‚Feindbild 2‘ hingegen meint das Bild der X von Y auf Ebene 2, demnach die Dämonisierung des Feindes, die die grundsätzliche Gegnerschaft überdacht und als grundsätzlich negativ zu bewerten ist, ein ‚Feindbild (-)‘. Ein Feindbild 1 führt häufig zu einem es unterstützenden Feindbild 2.²³⁴

4.2. Christoph Wellers Feindbildtheorie

– Wie entstehen Feindbilder?

Nach Christoph Weller sind „Feindbilder [...] die aus sozial vermittelten dichotomi-schen Wahrnehmungsmustern resultierenden negativen Einstellungen gegenüber ande-ren Gruppen“²³⁵.

In einem ersten Schritt formuliert er die Entstehung von Feindbildern. Dabei beschreibt der Begriff der „Kategorisierung“ das menschliche Phänomen, ähnliche Dinge oder Personen in eine Kategorie einzuordnen.²³⁶ Haben wir mit Mitgliedern einer Gruppe bestimmte Erfahrungen gemacht, dichten wir oft der ganzen Gruppe gewisse Eigen-schaften an. Dies wertet Weller nicht negativ, sondern sogar als notwendig, da die Ka-tegorisierung Menschen zwar Informationen vorenthält, andererseits Orientierung in einer Welt der Reizüberflutung schafft.²³⁷ Weiterhin resultiert aus der Kategorisierung

²³³ Vgl. ebd., S. 27. „Kernpunkt der Kritik muss vielmehr die sich aus dem weltanschaulichen Absolutheitsanspruch ergebende Überzeugung sein, dass die einen in der definitiven Wahrheit und die anderen in der definitiven Unwahrheit leben, dass die einen die *absolut* Guten und die anderen die *absolut* Bösen sind.“

²³⁴ Vgl. ebd., S. 26ff.

²³⁵ Christoph Weller: Warum gibt es Feindbilder? In: Hippler, Jochen/Lueg, Andrea (Hrsg.), Feindbild Islam oder Dialog der Kulturen, Hamburg 2002, S. 49; künftig zitiert als ‚Weller: Warum gibt es Feind-bilder?‘.

²³⁶ Vgl. ebd., S. 50. „Bunte Dinger“ mit „vier Rädern“ ordnen wir der Kategorie ‚Auto‘ zu, ohne zugleich eine genauere Einordnung und damit eine kompliziertere Wahrnehmungsanstrengung vornehmen zu müssen.

²³⁷ Vgl. ebd., S. 49ff. „Kategorisierung ist ein normaler Prozeß, mit dem wir unsere Umwelt überschaubar machen.“

auch die Neigung der Abgrenzung von anderen Gruppen und Nationen. Uns selbst ordnen wir natürlich einer von uns selbst positiv konnotierten Gruppe zu. Durch diese Zugehörigkeit sowie durch die Abgrenzung von anderen Gruppen erhalten wir eine positive soziale Identität.²³⁸ Um dieses angenehme Gefühl zu verstärken, neigen wir dazu, die Eigengruppe zu überhöhen und die Fremdgruppe unverhältnismäßig abzuwerten. Bei dieser Abgrenzung entwickelt sich ein Bild der anderen Gruppe, das wegen Übertreibungen oder Ignoranz im Extremfall zu einem Freund-Feind-Schema führt, demnach ein zweigeteiltes Wahrnehmungsmuster (z. B. gut-böse) bewirkt.²³⁹ Voraussetzung für ein Feindbild ist dabei, dass es sich nicht nur um eine subjektive Einschätzung, sondern um ein soziales Wahrnehmungsmuster handelt.²⁴⁰ Alle Mitglieder der Eigengruppe nehmen folglich die Fremdgruppe derart wahr. Weller formuliert weiterhin:

„Wird in einer Gesellschaft oder einem Teil von ihr ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster propagiert bzw. sozial vermittelt, das nur noch negative Einstellungen gegenüber einer anderen Gruppe akzeptabel erscheinen läßt, kann man von einem ‚Feindbild‘ sprechen.“²⁴¹

Dagegen erhält die Gesellschaft, die Träger eines Feindbildes ist, eine **kollektive Identität**.²⁴² ‚Die sind alle böse‘ ist nur die eine Seite der Medaille, ‚Wir sind alle gut‘ ist ein ebenso wichtiger Bestandteil: Wie auch die Fremdgruppe („outgroup“) wird die Eigengruppe („ingroup“²⁴³) als homogen angesehen. Dabei findet Weller die Gründe für die Entstehung von Feindbildern vor allem in der menschlichen Interessenlage. Wir wollen uns sicher, selbstbewusst und zugehörig fühlen. So neigen wir zu primitiven Kategorisierungen. Die **Medien** nennt Weller als einen möglichen Faktor, der diese Wahrnehmung begünstigen und fördern kann.²⁴⁴ Daher entstehen Feindbilder nicht nur auf Grund menschlicher Anlagen, sie überdauern wegen eben dieser Anfälligkeit für Gruppenbildung.²⁴⁵

Häufig entstehen Feindbilder, wenn sich die Mitglieder einer Gruppe in einer Konfliktsituation mit einer anderen Gruppe befinden. Denn dann neigen sie zu übereinstimmenden Kategorisierungen.²⁴⁶ Generell ist dies jedoch kein zwangsläufiger Ablauf, da wir

²³⁸ Vgl. ebd., S. 53.

²³⁹ Vgl. ebd.

²⁴⁰ Vgl. ebd., S. 54.

²⁴¹ Ebd., S. 49.

²⁴² Vgl. ebd., S. 54.

²⁴³ Ebd., S. 55.

²⁴⁴ Vgl. ebd., S. 54.

²⁴⁵ Vgl. ebd.

²⁴⁶ Vgl. ebd.

kollektive Kategorisierungen mit unseren individuellen Einschätzungen ausgleichen können.

Richtet sich jedoch eine gesellschaftlich akzeptierte Kategorisierung ausschließlich auf die Unterschiede zwischen in- und outgroup, entsteht ein extremes ‚Feindbild‘, das zur „Eskalation des Konflikts [führen] und [...] die Bereitschaft zur Befürwortung von Gewalt und Krieg“²⁴⁷ erzeugen kann.

Tepe benennt mit Bezug auf Weller die Dämonisierung des grundsätzlichen Gegners als Extremform der Kategorisierung. Allerdings betont er, dass die gesteigerte Kategorisierung nicht natürlich und grundsätzlich zur Dämonisierung führt. Vielmehr sei dafür die ignorante Annahme, Träger der absoluten Wahrheit zu sein, maßgeblich. Diese wertet er als Grundvoraussetzung für die Entstehung von Feindbildern. Harmlosere Formen der Abwertung anderer Gruppen ordnet er dementsprechend nicht als Feindbilder ein.²⁴⁸ Feindbilder nach Tepe sind demnach immer auch Feindbilder nach Wellers Theorie, Feindbilder nach Weller jedoch häufig nicht Feindbilder nach Tepes Definition. Vielmehr muss, folgt man Tepe, Wellers Entwicklungsbeschreibung von Feindbildern als Vorstufe oder Basisvoraussetzung für die mögliche Entstehung von Feindbildern gewertet werden.

4.3. Modifikation der Feindbildtheorien - Reduktion auf Signifikanz für Anwendung auf BILD-Artikel

Da die BILD-Zeitung in einem demokratischen Rechtsstaat publiziert wird, werden Todesdrohungen und ungehemmte Hasstiraden nicht in ihren Artikeln zu finden sein. Dergleichen beabsichtigt die BILD auch nicht, da sie schließlich die deutschen Grundwerte anerkennt. Ziel der folgenden Untersuchung ist vielmehr, einschlägige **Mechanismen der Feindbildgenese** in den folgenden Artikeln nachzuweisen. Um effizient und einheitlich arbeiten zu können, dient die folgende Modifikation der Feindbildtheorien. Diese stellt die wichtigsten Aspekte beider Theorien sinngemäß und gewinnbringend in den ergebnisorientierten Kontext. Es geht an erster Stelle nicht darum, die Feindbilder empi-

²⁴⁷ Ebd., S. 57.

²⁴⁸ Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 31.

risch zu überprüfen, vielmehr steht im Mittelpunkt dieser Arbeit die Frage, ob überhaupt feindbildtypische Muster zu finden sind.

In einem ersten Schritt werden die ausgewählten Artikel einer Basis-Analyse unterzogen, die Inhalt und Kontext sowie sprachliche Besonderheiten des Textes aufzeigen soll. Anschließend muss das Überzeugungssystem der BILD in dem jeweiligen Artikel anschaulich gemacht werden. In einem zweiten Schritt wird nun auf die Art und den Grad der Kategorisierung hin untersucht. Folgend soll beantwortet werden, ob es sich tatsächlich um ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster handelt. Anschließend wird die Gegnerschaft bestimmt, in der sich die Leser- wie die propagierte Gruppe oder repräsentative Person gegenüberstehen. Inwiefern kann von einer Dämonisierung des Gegners gesprochen werden? Welche sprachlichen und bildlichen Anzeichen lassen sich finden? Wird in dem jeweiligen Artikel demnach ein Feindbild artikuliert? Oder bleibt die Feindbildgenese an einem spezifischen Punkt stehen? Welchen Nutzen haben diese Elemente für den Produzenten des Artikels? Was bedeutet dies für die Wirkung des Artikels?

5 Praktischer Teil – Produziert die BILD-Zeitung Feindbilder?

5.1 Analyseverfahren

5.1.1 Vergleichsbasis: Das Feindbild ‚Jude‘ im *Stürmer*

Nun soll das Feindbild ‚Jude‘ in der nationalsozialistischen Wochenzeitschrift Stürmer klassisch nach Tepes (und ergänzend auch Wellers) Theorie analysiert werden, um für die spätere Auswertung der modifizierten BILD-Feindbildanalysen eine Vergleichsbasis zu generieren, die ein definitives und stark ausgeprägtes Feindbild bietet. Julius Streicher, in den Nürnberger Prozessen wegen ‚Verbrechen gegen die Menschlichkeit‘ zum Tode verurteilt, publizierte das ‚Hetzblatt‘ von 1923 bis zum Ende des Dritten Reiches. Es konzentrierte sich auf die Diffamierung der jüdischen Bevölkerung Deutschlands, wobei in antisemitischer Manier die nationalsozialistische Ideologie und vor allem mit-

telalterliche Vorurteile²⁴⁹ gegen Juden aufgegriffen wurden, um die Bevölkerung für die Notwendigkeit der ‚Lösung der Judenfrage‘ zu sensibilisieren.²⁵⁰ Dabei erreichte die Zeitung vor dem Zweiten Weltkrieg eine Auflage von ca. einer halben Million, Sondernummern erreichten Auflagen in Millionenhöhe.²⁵¹

Ohne selbst diffamieren zu wollen, ist im Vertriebssystem des *Stürmer* eine gewisse Parallele zur *BILD* zu beobachten: Der *Stürmer* legte großen Wert auf die bildliche Darstellung des Artikelinhalts, richtete sich an ‚einfache‘ Leute, die leicht Verständliches lesen wollten und setzte die Zielgruppenanrede durch simple Sprache und sexuell konnotierte Thematik²⁵² um. Dazu wurde der *Stürmer* in Schaukästen angeboten („Stürmerkästen“²⁵³), um Leser anzuwerben, ähnlich wie die *BILD* heute. Allerdings sollen diese Parallelen keine Nähe der *BILD* zum *Stürmer* verdeutlichen, sondern die Anleihen des *Stürmers* von Boulevardzeitungen aufzeigen. Julius Streicher bediente sich massenkompatibler Techniken, um seine ‚didaktische‘ Zielsetzung zu verwirklichen.

Im Folgenden soll mit Hilfe von drei Artikeln des *Stürmer* das propagierte Feindbild herausarbeitet werden. Dieses ‚Feindbild in Reinform‘ kann anschließend die Ergebnisse der *BILD*-Artikel-Analyse präzisieren. Allerdings können der Kürze halber nicht alle Diffamierungen, die sich in den verschiedensten Artikeln niederschlagen, behandelt werden. Die ausgewählten Artikel beinhalten jedoch einige wichtige Aspekte des nationalsozialistischen Feindbildes ‚Jude‘.

Osiander benennt als Leitmotiv jeder ‚*Stürmer*‘-Ausgabe die Äußerung Heinrich von Treitschkes aus dem ‚Berliner-Antisemitismusstreit‘ „Die Juden sind unser Unglück“.²⁵⁴ In Nürnberg titelt der *Stürmer* im Oktober 1931: „Der Jude und die deutsche Frau“.²⁵⁵ Darin wird der Jude als „Rassenschänder“ gebrandmarkt, dessen Rasse selbst „das

²⁴⁹ Vgl. Wolfgang Osiander: Lieblingsthema: „Rassenschande“. Julius Streicher und sein antisemitisches Kampfblatt „Der *Stürmer*“. In: *Geschichte lernen*, (12) 1999, S. 47; künftig zitiert als ‚Osiander: Lieblingsthema: „Rassenschande“‘.

²⁵⁰ Allerdings wurden Streichers Publikationen in Parteikreisen nie sonderlich begrüßt. Der „Vulgäranisemitismus“ (Werner Augustinovic/Martin Moll: *Antisemitismus als Erziehungsinhalt. Ein Kinderbuch aus dem „Stürmer“-Verlag: Entstehung-Rezeption-Wirkung*. In: *Publizistik*, (36) 1991, S. 351.) des Julius Streicher war grobschlächtig und polemisch, Hitler favorisierte dagegen einen modernen, vorgeblich wissenschaftlichen Rassismus.

²⁵¹ Vgl. Osiander: Lieblingsthema: „Rassenschande“, S. 48.

²⁵² Vgl. Hermann Froschauer: Streicher und „Der *Stürmer*“. In: Ogan, Bernd/Weiß, Wolfgang W. (Hrsg.), *Faszination und Gewalt. Zur politischen Ästhetik des Nationalsozialismus*, Nürnberg 1992, S. 41.

²⁵³ Osiander: Lieblingsthema: „Rassenschande“, S. 48.

²⁵⁴ Vgl. Osiander: Lieblingsthema: „Rassenschande“, S. 48.

²⁵⁵ Abb. 9 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

Mischprodukt des Auswurfes zahlloser Stämme und vieler Rassen“ sei. Durch Inzucht habe sich im Laufe der Jahrtausende eine „Kötterrasse“ entwickelt, die durch ihr Blut dazu getrieben werde, „alle anderen Rassen und Völker zu verderben und zu zersetzen.“ Auch sei das Blut verantwortlich für seine „abnorme Sinnengier“, die ihn antreibe, „nichtjüdische Frauen und Mädchen zu schänden“. Da die Juden in Spanien vor 600 Jahren gezwungen gewesen seien, sich katholisch taufen zu lassen, hätten sie sich lange nicht als Juden zu erkennen gegeben, „bis in diese Tage hinein, in denen er seine Maske ablegte und sich wieder offen als Jude zu erkennen gab.“ Der Verweis auf Adolf Hitlers *Mein Kampf* soll zeigen, dass die Nationalsozialisten diesen Umstand früh erkannt hätten. Zitate aus Hitlers Manifest, die von „Blutvergiftung“ des „Volkskörpers“ und „rassische[r] Zersetzung der letzten arischen Werte unseres [des deutschen] Volkes“ sprechen, werden als Belege angeführt. Hitler spricht von einer Gefahr, der Deutschland ausgeliefert sei, nämlich der „planmäßig“ begangenen Schändung der „schwarzen Völkerparasiten“ an den deutschen „unerfahrenen jungen, blonden Mädchen“. Die „Zukunft der Erde“ liege nun darin, „ob der arische Mensch ihr erhalten bleibt oder ob er ausstirbt [...]“. An dieser Gefahr gingen jedoch viele Deutsche „blind“ vorüber. Drei Fotografien eines Deutschen, „der mit seinem Lichtbildapparat und mit offenen Augen durch die Straßen ging“, werden als letztendliche Entlarvung abgedruckt: Sie zeigen eine junge Frau, die auf der Straße von einem Mann angesprochen wird und ihm zur Verabschiedung die Hand reicht. Der *Stürmer* mutmaßt, es handle sich um einen Juden, der eine „blonde Nichtjüdin [...] erspäht“ habe und mit „berechnender Selbstverständlichkeit“ um eine Verabredung buhle. Die Frau sei eine „Artvergessene“ und damit sein „Opfer“. Der Artikel endet mit der Verheißung, dass in einem nationalsozialistischen Deutschland „jeder Jude, der sich an eine Nichtjüdin zum Zwecke der Rassenschändung heranmacht, im Zuchthaus verschwinde[t].“

Der zweite herangezogene Artikel findet sich auf dem Titelblatt der *Stürmer*-Sondernummer ‚Ritualmord‘ aus dem Jahr 1934, im Mai.²⁵⁶ Die Ausgabe wurde für 30 Pfennige verkauft. Die Überschrift lautet: „Jüdischer Mordplan gegen die nichtjüdische Menschheit aufgedeckt“. Die Juden werden als „Mördervolk“ bezeichnet, das für den „in der ganzen Welt in einem furchtbaren Verdacht“ stehe, der sie als „Verbrecher und Mörder und Teufel in Menschengestalt“ erkenne. Denjenigen, der sich dessen bewusst

²⁵⁶ Abb. 10 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

sei, überkomme „gegen dieses Volk ein heiliger Zorn und Hass“. Der Verdacht sei der des „Menschenmordes“: „Nichtjüdische Kinder und nichtjüdische Erwachsene“ würden gelockt und geschlachtet, um schließlich „das Blut abzuzapfen“, welches sie für ihre Mazzen (ungesäuertes Brot) und ihre „Zauberei“ brauchten. „Besonders die Kinder“ werden dabei schrecklich gefoltert und mit Flüchen bedacht. Dieser „planmäßig betriebene Menschenmord“ hieße „Ritualmord“. Das Wissen um diesen Ritualmord der Juden werde von allen Völkern der Erde seit Jahrtausenden von Generation zu Generation übertragen. Der Schreiber betont:

„Wo irgendwo in der Welt eine Leiche gefunden wird, die die Anzeichen des Ritualmordes trägt, erhebt sich sofort laut und groß die Anklage. Sie richtet sich überall n u r g e g e n J u d e n .“

Die Titelseite endet leitmotivisch mit der in großen, fetten Lettern gedruckten Aussage „Die Juden sind unser Unglück.“ Die dazugehörige Illustration trägt die Bildüberschrift „Judenopfer“ sowie die Unterschrift:

„Durch die Jahrtausende vergoss der Jud, geheimen Ritus folgend, Menschenblut. Der Teufel sitzt uns heute noch im Nacken, es liegt an Euch die Teufelsbrut zu packen.“

Die Zeichnung zeigt zwei durch ihre stereotypen äußeren Merkmale klar als Juden erkennliche Männer. Der eine hält eine große Schale, in die das Blut der vielen nackten Kinder läuft, die der andere durch Messerstiche quält. Dass es sich bei den Männern um Juden handelt, erkennt man an der stereotypen Physiognomie, bestehend aus insgesamt unansehnlichem Körperbau sowie insbesondere schwülstigen Lippen und krummer Nase, dunklen Haaren, unrasierten Gesichtern und verzerrtem Gesichtsausdruck, die sich durchgehend in den *Stürmer*-Publikationen findet. Die deutschen Kinder sind allesamt blond und sehen durch ihre gradlinigen und dadurch ebenso stereotypen Gesichtszüge nahezu identisch aus. Durch ihre Nacktheit wirken sie verletzlich und den Juden ausgeliefert. Das Blut, das in Strömen in das Auffangbecken der Juden läuft, steht im Vordergrund des Bildes und verstärkt den grausamen, sensationellen und gewalttätigen Eindruck.

Der dritte Artikel entstammt einer *Stürmer*-Ausgabe vom Mai 1944 und stand der Verfasserin nur in einem Auszug zur Verfügung.²⁵⁷ Darin wird „der Jude“ als „furchtbarster Bazillus aller Zeiten“ betitelt, der Keim allen Übels auf der Welt, dessen Bekämpfung unbedingt notwendig sei, da es nichts nütze, „die Erscheinungen der Weltkrankheit zu

²⁵⁷ Abb. 11 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

bekämpfen, ohne die Krankheitserreger selbst unschädlich zu machen.“ Damit die Völker der Welt wieder genesen, müsse „der Bazillus der jüdischen Weltpest mit Stumpf und Stil vernichtet werden.“

Durch die drastische Sprache und inhaltliche Darstellung ist das Überzeugungssystem der *Stürmer*-Artikel schwer zu übersehen: **Alle** Juden seien gleich, es gebe keine ehrlichen unter ihnen, sie versuchten höchstens, diesen Umstand zu verbergen. Die Judenfrage wird als Schicksalsfrage für das deutsche Volk verstanden. So müsse, zu Befreiung der Menschheit, die Judenfrage gelöst werden. Insgesamt erscheinen Menschen als Angehörige von „Völkern, Stämmen und Rassen“ und nicht als Individuen. Die beiden Rassen ‚Deutsche‘ und ‚Juden‘ stehen einander diametral gegenüber, wobei die jüdische Rasse die schlechteste aller Rassen sei, die deutsche wiederum die beste. Die Kategorisierung in ‚Menschenrassen‘ steigert sich zu einem dichotomischen Wahrnehmungsmuster. Denn die jeweilige Rasse determiniert den Charakter ihres Mitglieds bis ins letzte Detail. So handelt der Text zumeist nicht von ‚den Juden‘, sondern von ‚dem Juden‘, so wird auch auf sprachlicher Ebene das stereotype Denken verstärkt, die Juden erscheinen nicht mehr als individuelle Wesen. Den Grundstein dafür legt die Behauptung, die Juden seien „der Teufel in Menschengestalt“. Auch die Illustration karikiert einen jüdischen Untermenschen, der sich scharf vom deutschen Herrenmenschen abgrenzt. Die Deutschen, ebenso Angehörige ihrer Rasse, sind demnach ebenfalls eine feststehende, unumstößliche Gemeinschaft, die sich durch gleiche Werte und Eigenschaften auszeichnet. Während die Deutschen jedoch einer „kulturtragenden Nation“ angehören, sind die Juden ein ‚zersetzendes‘ Volk. Sie sind hässlich, hinterhältig, mörderisch, gierig, pervers und verbrecherisch. Durch den Gebrauch von biologischem Vokabular (z. B. „Bazillus“, „Köterrasse“) werden die Juden entmenschlicht und zudem immer wieder mit dem Teufel in Verbindung gebracht. Nicht nur inhaltlich, sondern auch sprachlich und bildlich wird so Verdruss gegen die jüdische Bevölkerung erzeugt, da sie auf jeder Ebene unzählige Male verunglimpft werden und sich so auch auf jeder dieser Ebenen das Überzeugungssystem des *Stürmer* anschaulich machen lässt.

Es wurde festgestellt, dass die Menschen streng nach Rassen gegliedert werden, wobei die jüdische Rasse, die nichts mit der arischen gemeinsam hat und durch und durch schlecht ist, als ‚Schmarotzer‘ und ‚Fremdkörper‘ im deutschen Volk nistet. Die grundsätzliche Gegnerschaft der ‚Arier‘ zu den Juden besteht nun darin, dass sich diese bei-

den Rassen in ihren inneren und äußeren Qualitäten gegensätzlich und einander widersprechend gegenüberstehen.

Die grundsätzliche Gegnerschaft, die ursprünglich auf religiösen Differenzen beruhte und sich im Laufe der Jahrhunderte und besonders durch das Aufkommen der rassistischen Ideologie im 19. Jahrhundert wandelte und verschärfte²⁵⁸, hat bereits eine Dämonisierung erfahren: Auf inhaltlicher, sprachlicher und bildlicher Ebene werden die Juden als Kollektiv angesehen, dem jeglicher Individualismus abgesprochen wird. Diese homogene Masse wird als durchweg und ausschließlich böse und mit dem Teufel im Bund angesehen, sie sind die von Tepe postulierten Monster. Daneben erscheinen die ‚Arier‘ als die besseren, weil ehrlich arbeitenden, schöneren, gesetztestreuen und auf das Gemeinschaftswohl ausgerichteten ‚Guten‘. Da die grundsätzliche Gegnerschaft auf rassistischer Grundlage beruht, besitzt sie Ausschließlichkeitscharakter und endet unweigerlich in der Forderung, die böse Macht, die Juden, endlich als solche anzuerkennen und gemeinsam und entschlossen gegen sie vorzugehen. Da die ‚Arier‘ dieser Logik folgend den Juden rassistisch bedingt überlegen sind, haben sie alle Voraussetzungen, den Kampf gegen die Juden zu gewinnen. Die Juden operieren jedoch gemeinsam im Geheimen gegen die Deutschen und die ganze Welt, deshalb muss rigoros gegen sie vorgegangen werden.

Die Nationalsozialisten haben einen Gegner geschaffen, der für alle Missstände in Deutschland, ja in der ganzen Welt, verantwortlich sein soll. Jedes negative Ereignis kann auf die Juden zurückgeführt werden. Die negativen biologischen Bilder sollen zu emotionalen Urteilen führen, außerdem geben sie den Artikeln den Anschein von Rationalität. Juden werden als Mörder und Verbrecher beschrieben. Hieraus resultiert Ablehnung, Hass und Furcht, was wiederum zu Maßnahmen berechtigt, die man unter anderen Umständen gegen Menschen nicht anwenden würde. Die Dämonisierung der anderen und Verabsolutierung der eigenen ‚richtigen‘ Sichtweise wird zum Mittel der Solidarisierung der Deutschen als geschlossene Kampfgemeinschaft. Glauben die Leser an dieses propagierte Feindbild, dann gehören sie zu den ‚Auserwählten‘, die die Welt befreien können. Dies stützt mit einem ungeheuren Selbstbewusstsein aus. Demnach handelt es sich hier um ein Feindbild 2. Allerdings – dies kann nur kurz angerissen werden – basierte die grundsätzliche Gegnerschaft ursprünglich auf religiösen Differenzen. Die

²⁵⁸ Eine empirische Untersuchung der genannten Diffamierungen kann an dieser Stelle nicht erfolgen, da sie den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde und der Untersuchung im Weiteren nicht dienlich ist.

Juden weigerten sich, Jesus als den ‚Messias‘ anzuerkennen. Diese Weigerung wurde für die Kirchenväter zum Erklärungszwang ihrer christlichen Existenz. Sie interpretierten den Standpunkt der Juden als ‚Verstocktheit‘. Die junge Kirche nutze die Dämonisierung, um ihre eigene Existenz und Vormachstellung zu rechtfertigen.²⁵⁹ So war das Feindbild ‚Jude‘ ursprünglich ein Feindbild 1, welches bald von einem Feindbild 2 unterstützt wurde und sich im Laufe des 19. Jahrhunderts zu dem Feindbild 2 des rassistischen Antisemitismus entwickelte.

Als Ergebnis wird an dieser Stelle festgehalten, dass es sich nach Tepe um ein Feindbild 2 klarster Ausprägung handelt, das die Bedingungen Wellers sowie Tepes Theorie durchgängig erfüllt.

5.1.2 Grundsätzliche Gegner

5.1.2.1 Günter Wallraff

Günter Wallraff veröffentlichte hauptsächlich in den 70ern und frühen 80ern zahlreiche Enthüllungsreportagen. Außerdem stellte er sich als politischer Aktivist gegen die griechische Militärregierung. Er bewarb sich unter Pseudonymen bei verschiedensten Betrieben, um die jeweiligen Arbeitsbedingungen zu entlarven. Als Hans Esser stellte er sich 1977 einer lokalen BILD-Redaktion vor und arbeitete seit jenem Zeitpunkt ein Jahr lang für den Springer Verlag. Nachdem seine Tarnung aufgedeckt worden war, folgten zahlreiche Gerichtsprozesse, in denen Wallraff das Recht zugesprochen wurde, viele seiner Erlebnisse bei dieser Zeitung in Wort und Schrift publizieren zu dürfen. Die BILD druckte indessen eine Reihe von Artikeln, die sich mit seiner Person beschäftigten. In Wallraffs Der Aufmacher ist einer dieser Artikel abgebildet und wird folgend einer Feindbildanalyse unterzogen.

Über den Artikeln steht in großen schwarzen Lettern die Überschrift: „Ein ‚Untergrundkommunist‘ schlich sich ein“²⁶⁰. Der Artikel beginnt mit der Erklärung, Wallraff sei drei Monate Kollege der BILD-Mitarbeiter gewesen und habe sich, so wie er es bei anderen Firmen und Instituten getan habe, „auch bei BILD eingeschlichen“. Laut Ge-

²⁵⁹ U.a. Günther Ginzel: Mit Hängemaul und Nasenzinken...Erziehung zur Unmenschlichkeit, Düsseldorf 1984, S. 13.

²⁶⁰ Abb. 12 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

richtsbeschluss dürfe er „Untergrundkommunist“ genannt werden. Nach diesen einleitenden Erklärungen folgt eine Wesensbeschreibung Wallraffs: Er kaue auf Blättern, „[kippe]“ bereits morgens Whisky und stelle sich beim Tischtennis regelmäßig als schlechter Verlierer heraus, da er stets „fluchte“. Ansonsten kennzeichnen ihn ein krummer Rücken sowie die Angewohnheit, seinem Gegenüber nicht in die Augen schauen zu können. „Allzuoft“ habe er „mit sanfter Stimme ‚jawohl‘“ geantwortet. Die nächsten Abschnitte gehen auf die vorgebliche Identität Wallraffs ein. Mit falschem Namen und falscher Lebensgeschichte habe er sich bei BILD beworben. Die Zeitungsredaktion nahm ihn vertrauensvoll auf: Sie gab ihm einen Betriebsausweis, mit dem er im Gebäude ein- und ausgehen konnte und mit dem er sich als BILD-Reporter seinen Mitmenschen vorstellte. In Wahrheit jedoch wohnte Wallraff zu dieser Zeit in einer „Kommune“. Da er sich so „[gut] tarnte“, habe die BILD ihm in drei Monaten über 8000 Deutsche Mark als Gehalt gezahlt, schließlich habe Wallraff „Talent zum Schreiben.“ Er „spielte falsch und niederträchtig“ mit seinen Kollegen, die ihm echtes Vertrauen entgegen gebracht hätten. Seit seiner Krankmeldung sei Wallraff „wieder im Dunkeln verschwunden, aus dem er sich anschlich.“ Sicher ist sich die BILD, dass er „einen Kübel voll Jauche ausgießen wird“ über die redaktionellen Abläufe, die Wallraff kennen lernte. Doch gibt sie vor, keinen Wert auf sein Wort zu legen: „Sei’s drum.“ Der Artikel endet mit der wohl ironisch gemeinten Anmerkung, Wallraff habe sich doch immerhin bei der BILD „das Rauchen abgewöhnt – wohl weil er so viel arbeiten mußte.“ Unter dem Artikel sollen zwei Fotografien Wallraffs dessen unrechtmäßige Tarnung bei der BILD aufdecken: Das linke Foto zeigt Wallraff mit glatt rasiertem Gesicht und kurzen Haaren. Die Bildunterschrift lautet: „Ein Untergrundkommunist schlich sich ein: Wallraff. Natürlich ohne Bart.“ Das rechte Foto zeigt ihn mit großer Brille und wenig längerem Haupthaar und Koteletten sowie einem Schnauzbart. Sein Gesicht wirkt eingefallen. Während er auf dem linken Bild direkt in die Kamera blickt, schweifen seine Augen auf der rechten Abbildung auf einen unbestimmten Zielpunkt.

Ganze drei Mal wird Wallraff in dem vorliegenden Artikel als „Untergrundkommunist“ bezeichnet, einmal als „falscher Kollege“. Vier Mal wird mit ihm der Begriff „falsch“ im Sinne von ‚verlogen‘ in Verbindung gebracht, zudem werden seine Machenschaften als „niederträchtig“ bezeichnet. Der erste Satz bemerkt zwei Mal, dass Wallraff sich „einschlich“ und „eingeschlichen“ habe. Zum Ende hin wird zudem ähnlich der Begriff „anschlich“ verwendet. So arbeitet die BILD mit emotionalen Wortfeldern, die in Ver-

bindung zum Inhalt negativ aufgeladen sind und außerdem eine ‚animalische‘ Konnotation tragen, da auch ein Raubtier sich an seine Beute anschleicht. Die Betitelung als „Untergrundkommunist“ ist zwar nicht von der BILD selbst kreiert, verdeutlicht aber als Wortkreation eine negative politische Aussage. Die Kombination der Wörter steigert zudem seine negative Tendenz. Wallraff sei „aus dem Dunkeln“ gekommen und wieder darin verschwunden. Derartige Bilder tragen ein besonderes Emotionalisierungspotential, da sie nachdrücklich veranschaulichen. Die Sprachauswahl ist so höchst emotional und kann nicht als sachlich neutral gewertet werden.

Der folgenden Untersuchung muss vorangestellt werden, dass die BILD-Zeitung natürlich das Recht und die Veranlassung besitzt, über Günter Wallraff zu berichten und sich über seine verdeckten Ermittlungen zu beschweren. Die Art und Weise der Darstellung seiner Person geht jedoch, wie die Basis-Analyse gezeigt hat, an einigen Stellen deutlich zu weit. Schließlich dominiert hier die Beschreibung seines angeblichen Wesens klar vor der Beschreibung seiner unrechtmäßigen Tätigkeit. Daher findet die Untersuchung nach feindbildtypischen Mustern ihre Berechtigung.

Günter Wallraff stört die Harmonie der BILD-Welt, weil er versucht, sich bei Firmen einzuschleichen und gegebenenfalls Übles aufzudecken, anstelle einer nach dem Überzeugungssystem der BILD ‚ehrbaren‘ Tätigkeit nachzugehen. Er sucht nach Fehlern der BILD, obwohl diese das Ideal der harmonischen Mitte predigt. Damit hat er die Autorität der BILD als richtende Instanz nicht nur in Frage gestellt, sondern sogar bedroht. Auch als Kommunist, wie die BILD ihn bezeichnet, steht er dem Überzeugungssystem der BILD konträr gegenüber, da sie 1977, in den Zeiten des Kalten Kriegs, für die freie Marktwirtschaft und Westanlehnung eintrat. Wallraff wird in diesem Artikel, wie die kurze sprachliche Analyse schon herausgearbeitet hat, ausschließlich negativ beschrieben. Er wird als falscher und verlogener, hinterhältiger, vor Obrigkeit buckelnder, trinkender, sonderlicher, finsterer „Untergrundkommunist“ beschrieben. Keine einzige positive Charaktereigenschaft wird ihm in diesem Artikel zugedacht. Wallraff erscheint als fieser, böswilliger Mensch. Daher handelt es sich hier um ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster nach Weller. Da Wallraff dem Überzeugungssystem der BILD diagonal gegenübersteht und seine Ansichten mit der der BILD nicht in Einklang zu bringen sind, weil sie von unterschiedlichen Weltsichten zeugen, kann in diesem Fall eine grundsätzliche Gegnerschaft bestimmt werden. Da das Überzeugungssystem der BILD jedoch keine anderen Weltsichten gelten lässt und beinhaltet, über die „weltanschauli-

che ‚Wahrheit‘²⁶¹ zu verfügen, besitzt der Standpunkt der BILD Ausschließlichkeitscharakter. Dies führt dazu, dass die grundsätzliche Gegnerschaft an einigen Stellen klar überhöht wird: Wallraff wird durchweg negativ dargestellt. Zudem fehlen in seiner Charakterbeschreibung viele natürlich-menschliche Eigenschaften. Schließlich schlich er sich „aus dem Dunkeln“ an, wie ein Tier auf Beutezug oder ein lauerndes Ungeheuer.²⁶² Diese Darstellung gleicht dem feindbildtypischen Muster, dem Feind zu unterstellen, mit geheimen Mächten zu operieren, oder zumindest, wie im vorliegenden Fall, seine Art der Weltsicht zu verbreiten. Dies hängt damit zusammen, dass er mit der nach dem Überzeugungssystem der BILD bösen Gegenmacht des Kommunismus in Verbindung steht. Der Schritt, Wallraff zum Monster herabzuwürdigen, ist jedoch nicht vollzogen. Denn er erscheint an einigen Stellen zwar in einem unmenschlichen Licht, dennoch wird er nicht ausschließlich dermaßen beschrieben. Die Wirkungskraft des Bildes ist in dieser Arbeit bereits betont worden. Wallraff erscheint auf den beiden Fotografien vollkommen unterschiedlich, der Gedanke der Tarnung liegt tatsächlich greifbar nahe. In den 70er Jahren werden die längeren Haare wie der Bart auf der rechten Fotografie stereotyp auf das Klischee des ‚Linken‘ gepasst haben. Diese Gegenüberstellung des geund enttarnten Wallraffs schöpft aus dem stereotypen Repertoire feindbildtypischer Muster.²⁶³ Dem Leser wird dadurch suggeriert, seinem Gegenüber generell misstrauisch gegenüberzutreten. Diese dadurch anklingende Dämonisierung ist somit empirisch höchst fragwürdig, da sie jeder sachlichen Grundlage entbehrt. Die BILD unterschlägt dem Leser außerdem, dass die Bezeichnung Wallraffs als ‚Untergrundkommunist‘ eben nicht richterlich zugelassen ist. Vielmehr wurde dies ausschließlich Franz Joseph Strauß gestattet, der von Wallraff zuvor als „Möchtegern-Diktator“ und „verhinderter Faschist“

²⁶¹ Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 21.

²⁶² In einem späteren Artikel, den Wallraff in kurzen Abschnitten zitiert, heißt es außerdem, Wallraff trage ein „Antlitz“, das erst „durch Höhensonne vermenschlicht“ werden könne. Ein Foto, das kurz nach seiner Entlassung aus der Folter in einem Gefängnis der griechischen Militärdiktatur der 70er angefertigt wurde, liefert dazu den vorgeblichen Beweis. Vgl. Wallraff: Der Aufmacher, S. 35.

²⁶³ Es kann eine vorsichtige Verbindung gezogen werden: Die Art der Darstellung, Wallraff zu ‚entlarven‘, indem zwei unterschiedliche Abbildungen seines möglichen Erscheinungsbildes gegenübergestellt werden – des glattrasierten und des langhaarigen, bärtigen Wallraffs – erinnert an eine Szene aus dem nationalsozialistischen Propagandafilm *Der ewige Jude*. In dieser werden Juden erst ihrer traditionellen Kleidung entledigt, um sie dann zu rasieren und vornehm zu kleiden. Der Sprecher dazu: „Peies und Bart, Kappe und Kaftan kennzeichnen den Ostjuden für jedermann. Legt er sie ab, so erkennen nur schärfer blickende Menschen seine rassische Herkunft. Es ist ein wesentliches Charaktermerkmal des Juden, daß er immer bestrebt ist, seine Abstammung zu verbergen [...]“. Stig Hornshøj-Møller: *Der ewige Jude*. Quellenkritische Analyse eines antisemitischen Propagandafilms, Göttingen 1995, S. 91ff.

betitelt worden war.²⁶⁴ Wallraff selbst gibt in Interviews an, zwar dem linken Lager zugehörig, jedoch „Wechselwähler“ zu sein.²⁶⁵

Die grundsätzliche Gegnerschaft, die die Grundlage für das Feindbild 1 bildet, wird in der vorliegenden Konstruktion in Ansätzen von der Dämonisierung des Gegners überdacht – jedoch nicht in jeglicher Hinsicht. Wallraff bleibt trotz entmenschlichender Tendenzen in der Darstellung ein menschliches Wesen. Vor allem Tepes letztes Kriterium für das Feindbild 2 wird nicht erfüllt: Nicht der Aufruf zur Ermordung stellt die letzte Konsequenz der Dämonisierung dar, sondern die Aufforderung zur Ignoranz: „Sei's drum.“

Der Nutzen, den die Macher der BILD von der Erzeugung eines Feindbildes haben, liegt auf der Hand: Insgesamt stellt der Artikel inhaltlich eine Art Schadensbegrenzung dar. Da der Konzern sicher sein kann, dass Günther Wallraff eine negative Darstellung der BILD veröffentlichen wird, möchte sie sich im Vorhinein rechtfertigen, indem sie Wallraff als unglaubwürdig darstellt und als vermeintlich gefährlichen „Untergrundkommunisten“ entlarvt. Durch die Verunglimpfung Wallraffs wird zudem die ganze Gruppe der Kommunisten in Verruf gebracht, denn Wallraff funktioniert als „Gegenperson“, die die Werte des verabscheuten Systems (hier: des Kommunismus) beispielhaft aufzeigt.²⁶⁶ Durch das emotionale Vokabular zur Kreation des Feindbildes trägt es grundsätzlich das Potential, mitreißend und gemeinschaftsstärkend zu wirken. Dem Leser wird nahegelegt, misstrauisch und vorsichtig zu sein, da der ‚Untergrundkommunist Wallraff‘ sich tarne und verdeckt ‚einschleiche‘. Besonders diese Dämonisierung und Überhöhung Wallraffs Wesens stärkt so obschon der empirischen Fragwürdigkeit die kollektive Identität der BILD-Leser.

5.1.2.2 68er-Studenten

Schon Anfang 1967 forderte die Delegiertenkonferenz des Sozialistischen Hochschulbundes ein Gesetz gegen den Konzentrationsprozess der deutschen Presselandschaft. Durch die Kampagne ‚Enteignet Springer‘ versuchten die Studenten eine Eindämmung der publizistischen Reichweite zu erreichen, die der in den letzten Jahren enorm ge-

²⁶⁴ Ebd., S. 222.

²⁶⁵ Günther Wallraff in einem Interview mit Henrik Zein. In: *Braunschweiger Zeitung* vom 21.10.2008, online unter: <http://www.newsclick.de/index.jsp/artid/9313385/menuid/472005> [Stand: 19.3.2009].

²⁶⁶ Tepe: *Mythisierung des Gegners: Feindbilder*, S. 13.

wachsene Konzern erlangt hatte²⁶⁷. In diesem Kontext ist der vorliegende Artikel zu lesen, ein Kommentar des damaligen BILD-Redakteurs Klaus Blume zu Demonstrationen gegen den israelischen Botschafter Asher Ben Natan. Der Kommentar wurde auf der Titelseite der Ausgabe vom 11. Juni 1969 abgedruckt.

Die Überschrift des Artikels lautet „Jetzt reicht es!“²⁶⁸ Klaus Blume weist darauf hin, dass die BILD die Studenten schon Anfang 1968 als Gefahr erkannt und vor den „linksradikalen Randalierern“ gewarnt habe: So handle es sich nicht um „Idealisten“, sondern um „Rebellen“, deren „Methoden [...] verteufelt denen des braunen Mobs der Weimarer Republik ähnelten“. Diese Warnung sei der BILD damals nicht gedankt worden, vielmehr „schmiß man [ihnen] die Scheiben ein.“ Jetzt werde ersichtlich, dass es sich bei den Randalierern nicht um Gegner Springers handle, sondern um Gegner „unserer Demokratie“, die „unseren Staat zertrümmern wollten“. Da dieses Ziel schwerlich zu erreichen sei, versuchten sie nun, Deutschlands Ansehen in der Welt zu vernichten. Daher seien die Randalierer durch die Beschimpfungen gegen den israelischen Botschafter Asher Ben Natan „fast genau so wie jene braunen Schlägerkommandos, die vor 40 Jahren Juden tötlich angriffen“, da sie „nun selbst Terror und Intoleranz“ demonstrierten. Blume ruft im Namen der BILD „alle Demokraten“ auf „zusammen[zustehen, damit die akademischen Linksfaschisten nicht noch mehr Schaden anrichten können.“ Die BILD habe 24 Jahre darum gerungen „wieder Freunde in der Welt zu gewinnen. Es dürfe nicht tatenlos zugesehen werden, wie „Radikalinskis das alles wieder zunichte machen.“

Die Überschrift des Artikels „Jetzt reicht es!“ trägt auf Grund ihrer Kürze und Prägnanz besonderes Wirkungspotential und ist so dafür geeignet, heftige Reaktionen und eine deutliche Prädisposition beim Leser zu erzeugen. Blume schreibt seinen Kommentar mit auffällig vielen lautmalerischen und inhaltlich extremen Wortkreationen. Die „linksradikalen Randalierer“ sind besonders konnotiert: Die Bezeichnung ist aussagekräftig und drastisch und kann so die Aufmerksamkeit des Lesers wecken. Der zum Teil umgangssprachliche Tonfall schafft eine vertrauliche Atmosphäre zwischen Leser und Zeitung:

²⁶⁷ Nachzulesen in: Gudrun Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags. Journalismus zwischen westlichen Werten und deutschen Denktraditionen, München 1999; insbesondere S. 217ff.

²⁶⁸ Abb. 13 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

„[...] schmiß man uns die Scheiben ein.“ Die Studenten werden als „(linksradikale) Randalierer“, „junge Leute“, „radikale Gefahr“, „akademische Linksfaschisten“ und „Radikalinskis“ bezeichnet. Diese überwiegend extrem negativen Bezeichnungen rücken die Studenten in eine politisch extremistische Richtung und geben so eine klare Meinung vor. Zwei Mal werden die Studenten in das rechtsextreme Lager gerückt. Häufig besagen Wortkreationen eine Hinwendung zu beiden eigentlich konträren Richtungen, weshalb der Aussagegehalt sehr komprimiert erscheint. Eine detailliertere Beschreibung würde die Aussage ad absurdum führen. Die letzte Verwendung des Begriffs „Radikalinskis“ erweckt durch den Gebrauch eine Art Spitznamens einen vertraulichen Ton zwischen Blume und Leser. Auch hier zieht die BILD demnach ein emotionales Vokabular einer neutralen Sprachrichtung vor, was zum Wirkungspotential des Feindbildes beitragen kann.

Die Forderungen und Vorgehensweisen der Studenten wurden nicht nur durch die BILD-Zeitung verdammt, sondern durch den Großteil der deutschen Gesellschaft. So steht im Mittelpunkt der Feindbildanalyse nicht die generelle Wertung der Geschehnisse, sondern die Art und Weise der Darstellung.

Die protestierenden Studentenvereinigungen stören die Harmonie der BILD-Welt, weil sie die Harmonie der Mitte als nicht existent ansehen und stattdessen gesellschaftliche Missstände anprangern, die die BILD nicht anerkennt.²⁶⁹ Nach dem Überzeugungssystem der BILD stellen sich die Studenten gegen die Demokratie. Sie erkennen die Autorität der BILD als richtende Instanz nicht an und versuchen sogar gezielt, den Konzern zu entmachten. Als Minderheit aus politisch radikalen Lagern steht die Studentenschaft der BILD, die jeglichen politischen Extremismus ablehnt, konträr gegenüber. Durch die teils gewalttätigen Demonstrationen stören sie das Springer'sche Leitbild von Ruhe und Ordnung.²⁷⁰

Die Studenten werden zwar als „junge Leute“ gewissermaßen nicht aus der Gesellschaft ausgestoßen, da ihnen durch diese Bezeichnung ihre Glaubwürdigkeit abgesprochen wird. Insgesamt jedoch überwiegt die Darstellung als gefährliche, extremistische, werte-

²⁶⁹ Diese gesellschaftlichen Missstände können an dieser Stelle nicht näher beschrieben werden. Die Position der Studenten wurde außerdem in den vorangegangenen Kapiteln formuliert. Nach Kruij fehlte dem Springer-Verlag das Verständnis für das Bestreben der Studenten, die Bundesrepublik Deutschland politisch und gesellschaftlich verbessern zu wollen. Im Vergleich zur DDR schien sie doch „als beste aller Welten“. Vgl. Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 224.

²⁷⁰ Diese eigentlich antidemokratischen „Traditionselemente“ zeugen von der unbedingten Unterstützung des „abstrakt bleibenden Staat[es]“. Ebd., S. 152f.

lose, zerstörende Randalierer, da sie nach Blume Staat und Demokratie gefährden. Die BILD hingegen wird als maßgebliche, richtende Instanz dargestellt, die als eine der ersten den wahren Charakter der Demonstranten entlarvt habe und für den bestehenden deutschen Staat einstehen wolle. Damit produziert der Kommentar in Grundzügen ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster, das jedoch durch die Bezeichnung als „junge Leute“ durchbrochen wird. Da die Ansichten der Studenten von einem zu dem der BILD-Zeitung gegensätzlichen Weltbild zeugen, steht die BILD zu den Studenten in einer grundsätzlichen Gegnerschaft. Einige Anmerkungen zu eben dieser Gegnerschaft lassen jedoch darauf schließen, dass zumindest Techniken der Dämonisierung des grundsätzlichen Gegners²⁷¹ durchschimmern: Obwohl sich doch gerade die Studenten gegen die Verdrängung der nationalsozialistischen Vergangenheit der Deutschen stellten, rückt Blume sie immer wieder in Verbindung zu den Rechtsradikalen. Ihnen wird damit abgesprochen „Idealisten“ zu sein, da ihr eigentliches Ziel nur die Zerstörung von Werten sei, des deutschen Staates und der deutschen Demokratie. Die Herabsetzung, keine wertegetragene Gemeinschaft zu bilden, ähnelt zumindest dem feindbildtypischen Muster, der Fremdgruppe eine fundierte Weltsicht abzusprechen und ihren Standpunkt als ‚Verstocktheit‘ zu werten: Die Studenten weigerten sich, die definitive Wahrheit anzuerkennen. Zudem stehen sie mit der bösen Gegenmacht des Faschismus in Verbindung – auch wird sprachlich dieser Anschein erweckt. Als Demokratie sieht die BILD jedoch mehr eine starke, homogene deutsche Gesellschaft, als die politische Meinungsvielfalt, die Demokratie eigentlich konstituiert. Anstelle Positionen der Studenten zu beleuchten, werden sie stereotyp als allgemeine Gefahr dargestellt.²⁷² Damit steht die Darstellung der Studenten genau an jenem Punkt, an dem die Dämonisierung einsetzt, denn die vorherige Gedankenkette basiert auf einer empirisch falschen Ausgangsposition.

Um die Studenten in den Feindbildkomplex einzuordnen, sollte von einem Feindbild 1 gesprochen werden, das durch die allmähliche Dämonisierung des grundsätzlichen Gegners Kriterien des Feindbildes 2 erfüllt. Allerdings sind längst nicht alle Bausteine der Feindbildgenese vorhanden. Die Bezeichnung der Demonstranten als „junge Leute“ zeigt an, dass sie grundsätzlich immer noch als Teil der Gesellschaft gesehen werden, obwohl der Versuch gemacht wird, die Bereitschaft zu wecken, die Studenten absolut

²⁷¹ Auch Gudrun Kruijff formuliert diese grundsätzliche Gegnerschaft („unüberwindliche Opposition“), die überhöht wurde. Vgl. ebd., S. 227f.

²⁷² Vgl. ebd., S. 228.

aus der Gesellschaft auszustoßen. Bei ‚jungen Leuten‘ besteht Hoffnung, dass sie ihre radikalen Positionen später widerrufen. Zwar ruft der Kommentar zu Taten gegen die Studenten auf, richtet sich aber vor allem auf die Solidarisierung der Deutschen und Festlegung auf die Seite der BILD. Auch werden die Studenten zwar als Kollektiv angesehen, als homogene Masse, die tatsächlich geschlossen gegen die deutsche Demokratie vorgeht, allerdings fehlt die Entmenschlichung der Demonstranten – die Bezeichnung als Monster wäre bei weitem zu hoch gegriffen.

Da die BILD die Studenten als erste entlarvt habe, stärkt sie ihre autoritäre Stellung, das Vertrauensverhältnis zum Leser wird gestärkt. Die Überhöhung der grundsätzlichen Gegner sowie die Einseitigkeit der Darstellung steigert die emotionale Anteilnahme der Leser und kann dazu führen, dass sie dadurch leichter bereit sind, der Meinung der BILD-Zeitung zu folgen. Würde die BILD auf sachlichem Weg versuchen, über die gegensätzlichen Standpunkte der Zeitung wie der Studenten zu diskutieren, bliebe den Lesern die freie Entscheidung für eine Richtung. Die Anwendung manipulativer Techniken ist so für die BILD als autoritäre, richtende Instanz unerlässlich. Durch das emotionale Vokabular sind die Weichen für eine Führung des Lesers gestellt.

5.1.2.3 Bombay-Terroristen

Im November 2008 versuchen islamistische Terroristen Bombay einzunehmen. Sie stürmen öffentliche Plätze und Gebäude, wie Cafés und Hotels. Dabei machen sie insbesondere Jagd auf westliche Touristen. Es sterben nach offiziellen Angaben beinahe 200 Menschen. Die BILD veröffentlicht immer wieder Berichte über die deutschen Geiseln und druckt Geschichten über einzelne Schicksale von Touristen in Bombay. Noch während der Anschläge erscheinen vier Artikel, die folgend einer Feindbildanalyse unterzogen werden.

Der erste Artikel beginnt mit der Überschrift: „Das neue Gesicht des Terrors“²⁷³. Das „Terror-Massaker“ habe neue Dimensionen erreicht: „Die Attentäter schossen auf alles, was sich bewegte: alte Menschen, Frauen, Babys!“ Unter den ersten Opfern sei auch ein Deutscher. Das Attentat sei detailliert geplant gewesen, da alle Ziele zeitgleich angegriffen wurden. Dabei habe „der Terror [...] ein neues Gesicht: Junge Männer, westlich gekleidet [...]“. Ihre Taten begingen sie mit äußerster Brutalität: „[...] und sie lächeln,

²⁷³ Abb. 14 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

wenn sie töten!“ Wahllos töteten die Männer in Restaurants und Hotels, nahmen „scheinbar ohne Muster“ Geiseln, berichtet die BILD. Der Autor resümiert: „Die Kämpfe dauern seit Tagen an. Am Tag. In der Nacht. Auf der Straße. Überall! Menschen haben keine Deckung mehr, wissen nicht, woher die tödlichen Kugeln fliegen!“ Bekannt hätten sich zu dem Attentat bislang zwei Terror-Gruppen, darunter die muslimische Terrorgruppe mit pakistanischen Wurzeln *Lashkar-e-Toiba*, was soviel bedeute wie „Armee der Reinen“.

Die Überschrift des zweiten Artikels lautet „VOLLGEPUMPT MIT LSD UND KOKAIN. Terroristen töteten im Drogenrausch.“²⁷⁴ Charakteristische äußere Merkmale der Attentäter seien „aufgerissene Augen, geweitete Pupillen, diabolisches Grinsen“. Diese Wertung vollzieht die BILD auf Grund eines Fotos, das auf Bild.de nicht mehr abgebildet ist. „Die Mörder von Bombay“ seien bei „ihren Bluttaten“ von harten Drogen „umnebelt“ gewesen. Die „hinterhältigen Mörder“ entstammten der pakistanischen Extremistengruppe *Lashkar-e-Toiba*. Ihre Geldmittel erhalten sie von dem pakistanischen Geistlichen Maulana Masood, der 2001 auch Drahtzieher des Anschlags auf das indische Parlament gewesen sein soll. Später beleuchtet der Artikel das komplizierte Verhältnis Pakistans und Indiens und ihre Probleme bei der gemeinsamen Lösung des Konflikts.

Der nächste Artikel titelt „BLUTBAD VON BOMBAY! Wer ist der Killer mit dem Babygesicht?“²⁷⁵. Das Foto unter der Überschrift zeigt einen jungen Mann in westlicher Kleidung, der ein Maschinengewehr trägt. Die Journalistin Christina Mänz beschreibt ihn als „seelenruhig [...], de[n] Kopf zugehörnt mit Kokain.“ Diese Beschreibung sowie die Anmerkung, dass der Terrorist nur wenige Stunden zuvor mit einem Komplizen über 50 Menschen getötet habe, ist im Text fett hervorgehoben. Der 24-jährige Mann heiße Azam Amir Kasav und habe die Anschläge als einziger Terrorist überlebt. Er und seine Kumpanen hätten „Bombay zur Hölle“ gemacht. Mänz fragt „Wer ist der Killer mit dem weichen Gesicht?“ Kasav entstamme einer armen Familie aus der pakistanischen Provinz. Fett gedruckt wird der Kommentar eines Kommissars, Kasav sei „ein hoch ausgebildeter Mörder.“ Der Gebrauch von Waffen und die Praxis der Geiselnahme vermittelte ihm die Organisation *Lashkar-e-Taiba*. Letztendlich geht der Artikel auf die

²⁷⁴ Abb. 15 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

²⁷⁵ Abb. 16 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

Beweggründe Kasavs ein, sich in der terroristischen Vereinigung anzuschließen: „Erstmals war er wichtig, hatte eine Aufgabe [...]. Ihm wurde weisgemacht, er würde etwas Heiliges machen.“ Die Attentäter wären aus einer Gruppe von 24 „Terrorkandidaten“ ausgewählt worden, heißt es zum Schluss. Kasav stehe noch ein langes Verhör bevor: „Er wird singen wie ein Kanarienvogel.“ Unter dem Artikel stehen Fotos von Leichen, die den Anschlägen zum Opfer fielen.

Den letzten Artikel schreibt Ph. Hedemann²⁷⁶: „SIE TÖTETEN 171 MENSCHEN. Das sind die Bombay-Bomber!“²⁷⁷ heißt es in der Überschrift. Fettgedruckt beginnt der Artikel mit der Feststellung: „Jetzt hat der Terror ein Gesicht – es sind die Fratzen des Bösen!“. Über dem Artikel sind Polizeifotos abgebildet, die die Gesichter der toten Attentäter zeigen. Daneben steht ein von den Attentätern gebrandschatztes Gebäude. Zehn Tage nach dem Ende der Anschläge habe die Polizei Fotos der durch Polizeischüsse getöteten Terroristen veröffentlicht. Die nur 18- bis 20-jährigen Männer sollen gebürtige Pakistaner sein, deren Körper „im 60-stündigen Kampf um Bombay (171 Tote, über 300 Verletzte) teilweise grausam zerfetzt“ wurden. Die Pakistaner hätten derweil den wahrscheinlich Verantwortlichen festgenommen, wollten „den Islamisten“ jedoch nicht ausliefern. Falls die Inder in Pakistan selbst nach den 20 weiteren Gesuchten jagten, drohe ihnen der Krieg mit Pakistan.

Die ausgewählten Artikel arbeiten mit zahlreichen sprachlichen Mitteln. Gleich zu Anfang spricht die BILD von dem „neue[n] Gesicht des Terrors“. Da der Begriff ‚Terror‘ eigentlich ein Abstraktum repräsentiert, nutzt die BILD die Personifikation, um die Geschehnisse anschaulich und dramatisch zu gestalten. Die „Fratzen des Bösen“ geben dem Bösen so endlich ein Gesicht, es wird personifiziert durch die Gesichter der toten Attentäter. Die Männer töteten „alte Menschen, Frauen, Babys“, so steigert die BILD die Aufzählung von den Schwächeren der Gesellschaft zu den Schwächsten. Durch diese inhaltliche Klimax bauscht der Text die ohnehin schreckliche Tatsache noch weiter auf und verstärkt den sensationellen Charakter der Information. Der elliptische Stil, der sich durch abgehackte, kurze Sätze bemerkbar macht, verstärkt den Eindruck der Orientierungslosigkeit und überträgt die Gefühle der Opfer auf den Leser: „Die Kämpfe dauern seit Tagen an. Am Tag. In der Nacht. Auf der Straße. Überall!“ Mit der Bezeichnung als „Bombay-Bomber“ nutzt die BILD zusätzlich die Alliteration. Das Oxymo-

²⁷⁶ Hedemann wird auf dem Internetportal nicht mit vollem Vornamen genannt.

²⁷⁷ Abb. 17 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

ron²⁷⁸ „Killer mit dem Babygesicht“ heischt um Aufmerksamkeit. Der gesamte Wortschatz setzt darauf, den sensationellen Charakter des Attentats hervorzuheben: Die Attentate seien ein einziges „Blutbad“, die Köpfe der Terroristen „grausam zerfetzt worden“. Die Männer werden als „hinterhältige Mörder“, „Killer“, „Fratzen des Bösen“, „Terroristen“ und „Terrorgruppe“ beschrieben. Die Fotografien enthalten jeweils eine Bildunterschrift, die die Einsatzorte des jeweiligen Terroristen nennt. Dadurch werden die Terroristen mit ihren Taten in Verbindung gebracht, damit trotz der teils verstümmelten Gesichter kein Mitleid entstehen kann. Sie erscheinen so sprachlich wie bildlich in einem stereotypen Licht. Durch die Anwendung bestimmter Kunstgriffe können die Artikel die Geschehnisse anschaulich machen. Der Leser bekommt eine Art Kinospiegel geboten, das ihn Schrecken und Schauer nachempfinden lässt.

Die Terroristen missachten das Wertesystem der BILD-Zeitung, da sie entgegen deren Grundpfeilern aus religiöser Überzeugung morden. Die BILD stellt sich jedoch gegen jede Form des politischen und religiösen Extremismus. Die drastische Sprache führt dazu, dass die Attentäter durchweg böse erscheinen. Sie werden ausschließlich mit negativ konnotierten Wortfeldern charakterisiert, die Hintergründe der Tat werden gänzlich ausgespart. So entsteht ein Bild der Täter, das sie als ausnahmslos schlechte Menschen darstellt. Schließlich machten sie Bombay zur „Hölle“, die ‚das Böse‘ schlechthin repräsentiert. So werden ihnen individuelle Eigenschaften abgesprochen. Es handelt sich demnach um ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster. Die BILD steht zu den Terroristen in einer grundsätzlichen Gegnerschaft, da ihre Weltsicht und ihr Wertehorizont die Grundeinstellung der Terroristen schlichtweg negieren. Einfacher als bei Günter Wallraff oder den Studenten lässt sich diese Gegnerschaft nachempfinden, da die Attentäter eine zum äußersten bereite, militante und im verdeckten operierende Terrororganisation darstellen, deren genuines Ziel die militante Verbreitung ihres Glaubens darstellt. Sie sind reale Feinde, die der Mensch als solche erkennen muss, um sich gegen sie schützen zu können. Allerdings lässt sich auch hier eine Dämonisierung des Feindbildes 1 erkennen: Die Formulierung „Fratzen des Bösen“, oder die Wertung, die Mörder gäben dem „Terror ein Gesicht“, lässt die Attentäter in einem unmenschlichen Licht erscheinen, das so weit führt, dass sie zu Monstern werden, die kollektiv und ausnahms-

²⁷⁸ Während das rhetorische Mittel *Oxymoron* in seiner eigentlichen Bedeutung zwei einander widersprechende Begriffe zusammenstellt (‚beredtes Schweigen‘), wird es an dieser Stelle der Untersuchung genannt, um die inhaltliche Widersprüchlichkeit der Zusammenstellung der in der Überschrift formulierten Begriffe zu betonen.

los böse sind. Obwohl die Erkennung der Feinde eine Überlebensnotwendigkeit darstellt, geht jedoch die Negierung ihrer Existenz als menschliche Wesen zu weit. Das Feindbild 1 wird durch die negative Überhöhung so zu einem Feindbild 2. Der Nutzen für die Produzenten liegt auf der Hand: Derjenige Konsument, der bei einer neutralen Berichterstattung Artikel über das Thema der Bombay-Attentate nicht lesen würde, erhält durch die Art der Darstellung einen besonderen Anreiz. Durch das Feindbild ‚Bombay-Terrorist‘ und die Dämonisierung desselben wird dem Leser ein persönlicher Bezug zu den Geschehnissen vermittelt. Die Artikel betreffen ihn insofern, als dass er intensive Emotionen spüren kann, die er empfinden müsste, wenn er vor Ort dabei wäre. Die auffallenden rhetorischen Mittel machen den Text weniger zur Informationsquelle, als zur spannenden Unterhaltung, die den Leser unbewusst für die BILD einnimmt.

5.1.2.4 ‚Der Russe‘

Während des Gasstreits zwischen Russland und der Ukraine unterbricht der von Regierungschef Wladimir Putin installierte Chef des Staatskonzerns Gazprom Alexei Miller den Ukrainern zum zweiten Mal innerhalb weniger Monate die Gaszufuhr nach Westeuropa. Dies führt um die Jahreswende 2008/09 für eine wachsende Anzahl europäischer Staaten zu immer größeren Versorgungsengpässen. Die BILD äußert sich häufig zum aktuellen Geschehen und druckt am 8. Januar 2009 eine Meldung, die die Berichterstattung der anderen Zeitungen bei weitem übertrifft.

„Dieser grinsende Russe dreht uns das Gas ab“²⁷⁹, titelt die BILD unter dem Foto des 46jährigen Alexei Miller, der über sein ganzes Gesicht lacht. Der Artikel meldet einen Energiestopp der „Russen-Pipelines“. Der BILD-Journalist Jan W. Schäfer umschreibt den Sachverhalt ein weiteres Mal: „Ausgerechnet in der kältesten Nacht des Winters“ habe Miller „ganz Westeuropa den Gashahn zu[gedreht]“. Die Bedeutung, die diesem Ereignis zukommt, folgt umgehend: „Jetzt zittert Europa vor einer Versorgungskrise.“ Diverse Länder zapften bereits ihre Gasreserven an, andere riefen den Notstand aus oder sammelten Brennholz. Die Serben habe es dabei am schwersten getroffen, sie frören bei Minusgraden. Nun wird der Bezug zum Leser hergestellt: Auch Deutschland sei vom „Gasboykott stark betroffen. Es kommt kein Russen-Gas mehr über die ukrainische Pi-

²⁷⁹ Abb. 18 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

peline“. Der Grund für Europas Zittern wird folgend präzisiert: „Der Gas-Russe lässt Europa zittern!“ Miller zähle zu den einflussreichsten Russen, habe *Gazprom* zum größten Gasanbieter der Welt mit 70 Milliarden Euro Umsatz gemacht. Sein Wesen wird durch seinen Geburtsort (St. Petersburg), die Tatsache, dass er (als Manager) kein Englisch spricht sowie über sein Jahreseinkommen von ungefähr sieben Millionen Dollar charakterisiert. Um Miller als ernst zu nehmenden Gegner erscheinen zu lassen, wird betont, dass er aus Erfahrung wisse, „wie er das Gas als wirtschaftliche Waffe einsetzt.“ So habe er der Ukraine bereits mehrere Monate zuvor die Gaszufuhr verwehrt. Der Grund sei „damals wie heute: Miller will mehr Geld für sein Gas“, wobei er von der Ukraine jedoch einen überhöhten Preis einfordere. Wenige Wochen zuvor habe Miller BILD gegenüber noch die Größe Russlands betont: „Wir wissen, dass viele Menschen Angst vor unserer Größe haben und uns oft mit gefährlichen und tollpatschigen Bären vergleichen.“ Dieses Zitat wertet die BILD als Verheißung einer Gefahr, die jetzt „Wirklichkeit geworden“ sei. Dabei versuche die Politik nun in vollem Maße, Schlimmeres zu verhindern. Kanzlerin Angela Merkel fordere Russland und die Ukraine zu weiteren Verhandlungen auf. Auch Alt-Kanzler Gerhard Schröder als Aufsichtsratschef der Firma *Nord Stream* wird nebst Foto erwähnt, da er mit Ministerpräsident Wladimir Putin den Bau einer Ostseepipeline besprach. Diese Pipeline würde, dies besagt der Artikel nur zwischen den Zeilen, Deutschland unabhängiger von dem russisch-ukrainischen Konflikt machen.

Schon die Überschrift rückt Miller in ein unvorteilhaftes Licht. Sie legt assoziativ nahe, dass Miller gerade wegen der Tatsache, „uns das Gas ab[gedreht]“ zu haben, in so guter Stimmung ist. Dem Leser wird suggeriert, Miller lache über unsere Angst vor einem Gasengpass. ‚Grinsend‘ erinnert eher an ein verzerrtes, als an ein herzlich lachendes Gesicht und trägt allein schon eine negative Konnotation. Dass Miller jedoch tatsächlich eher freundlich strahlt, wird durch die negative Aussage der Überschrift von Anfang an in ein negatives Licht gerückt. So bietet die Überschrift sowie das Foto als Blickfang von vornherein eine Wertung, die angibt, wie der Text gelesen werden soll. Die BILD nutzt die Personifikation, wenn sie „Europa vor einer Versorgungskrise [zittern]“ lässt, wodurch drastisch veranschaulicht wird, dass das Problem derart akut ist, dass selbst das starke und riesige Europa nur vor ihm „zittern“ kann. Der Leser bekommt dadurch eine Einordnung geboten, in die er die Versorgungskrise einfügen kann: ‚Wir alle leben momentan in Gefahr!‘ Nachdem auch die angebliche Gefahr für die Deutschen prokla-

miert wurde, präzisiert die BILD Europas Zittern: „Der Gas-Russe lässt Europa zittern!“ Die häufige Verwendung von ‚Angst‘ und ‚zittern‘ zeugt außerdem von einem höchst emotionalen Wortgebrauch. Insgesamt ist die Sprache des Artikels stark stereotypisiert. So ist die Rede von „Russen-Pipelines, „Russen-Gas“ sowie dem „Gas-Russen“. Sie erinnert an einigen Stellen sogar an die Sprache der Nationalsozialisten, in deren Sprachgebrauch ‚der Russe‘ anstelle ‚die Russen‘ gebräuchlich war, um die Russen nicht als individuelle Menschen erscheinen zu lassen und damit ihren vorgeblich rassistisch bedingten Charakter zu betonen.

Anstatt in seiner Position gewisse Ideale beizubehalten, wie sie das Überzeugungssystem der BILD trägt, erscheint Millers einzige Handlungsmaxime die Eintreibung von „mehr Geld“ zu sein. Damit gefährdet er die Existenz der deutschen Bevölkerung sowie der Bevölkerung ganz Europas. Allerdings besitzen die hohen Politiker Deutschlands und Russlands sowie jene, die es einmal waren, die Kompetenz, die Gefahr der Versorgungskrise einzudämmen. Ihnen wird großes Vertrauen entgegengebracht – ‚Die da oben werden es schon richten!‘, schwingt als unausgesprochene Aussage zwischen den Zeilen. Schließlich verhandle nicht nur Altkanzler Schröder über eine Ostseepipeline, sondern auch Kanzlerin Merkel bemühe sich um eine Lösung des Konflikts. Insgesamt versuche „die Politik mit Hochdruck, eine europaweite Versorgungskrise zu verhindern“, so zeigt sich die BILD ihrem Überzeugungssystem nach regierungstreu.

Dass Miller die Gaszufuhr „ausgerechnet in der kältesten Nacht des Winters“ gestoppt habe, legt besondere Böswilligkeit nahe. Auch grinst Miller scheinbar über die Notlage Europas, er selbst steht dagegen mit seinem Millionen-Jahresgehalt auf der sicheren Seite. Während seine Existenz in keiner Weise gefährdet ist, setzt er die vieler anderer Menschen aufs Spiel. Wissentlich und intendiert nutzt er seine Macht als „wirtschaftliche Waffe“. Dies macht er aus dem einzigen Grund der Gier, denn „Miller will mehr Geld für sein Gas.“ Dabei ist er sich voll bewusst, dass „viele Menschen Angst vor unserer [der Russen] Größe haben [...]“. Dadurch zeichnet die BILD zudem ein Bild Millers, das ihn erscheinen lässt, als wolle er aus chauvinistischem Gefühl heraus Größe markieren. Schließlich sei die Angst vor den Russen jetzt „Wirklichkeit geworden.“ So erscheint die Krise nicht als wirtschaftlich-politischer Konflikt, sondern als Beweis für die Großspurigkeit der Russen. Miller erscheint in einem negativen Licht, das ihn in Opposition zu Europas notleidender Bevölkerung setzt. Es handelt sich demnach um ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster.

Da Miller in den Augen der BILD bewusst die Existenz von Europas Bevölkerung gefährdet, steht er dem Überzeugungssystem der BILD diametral gegenüber, es handelt sich demnach um eine grundsätzliche Gegnerschaft. An einigen Stellen geht diese Gegnerschaft jedoch klar über eine generelle Opposition hinaus. So lassen sich typische Merkmale der Dämonisierung des Gegners aus dem Sprachgebrauch der BILD herauslesen: Der stereotype Gebrauch von Wortkreationen wie ‚Gas-Russe‘ und ‚Russen-Gas‘ vermittelt ein Denken, dass von einem unveränderlichen Wesen Millers und der Russen in ihrer Gesamtheit ausgeht. Schließlich wird das negative Bild Milles penetrant mit seiner Identität als Russe verbunden. Der Eindruck entsteht, dass die Russen verdeckt gegen Europa operieren, um die Weltvormachtstellung zu erlangen. Zwar erscheinen Miller und die Russen generell noch nicht als Monster, jedoch als „tollpatschige Bären“, denen man mit äußerster Vorsicht gegenüberzutreten muss, da sie wie unberechenbare Kinder, jedoch gleichzeitig stark und mächtig erscheinen. Die Darstellung des grundsätzlichen Gegners ist so empirisch höchst fragwürdig, da sie weder neutral noch sachlich geschieht, sondern mit Mitteln der Überhöhung arbeitet. Zudem kann als empirisch fragwürdig bewertet werden, dass die BILD auf eine differenzierte Darstellung verzichtet und stattdessen Panik verbreitet: „Auch Deutschland ist vom Gas-Boykott stark betroffen.“ Aus einem Bericht der *Süddeutschen Zeitung* gehen zumindest deutlich andere Aussagen über die Gefahr für die Deutschen hervor. So

„bestehe aber in Deutschland trotz der tiefen [sic!] [tiefen] Temperaturen zunächst kein Grund zur Besorgnis, teilten die Unternehmen mit. Die Erdgasspeicher seien gut gefüllt. ‚Trotz erster Lieferausfälle können sich die Verbraucher auf eine sichere Versorgung verlassen‘, sagte Martin Weyand, Geschäftsführer des Bundesverbandes der Energie- und Wasserwirtschaft.“²⁸⁰

Zwar bewertet der Artikel die Situation für andere europäische Länder als „deutlich schwieriger“, dennoch ist ein erheblicher Unterschied zu der BILD-Aussage festzustellen: „Der Gas-Russe lässt Europa zittern!“ Jedoch muss betont werden, dass die Aussicht auf Lösung des Konflikts nicht versperrt wird. Die Klärung der Lage wird wohl als Notwendig für die Existenz der Deutschen angedeutet. Allerdings – obwohl dies in dieser Untersuchung kein notwendiges Kriterium für die Genese eines Feindbildes darstellt – steht am Ende nicht die Forderung nach der ‚Ausrottung‘ der Russen, sondern die nach einem gesicherten Frieden zwischen den Ländern Europas. So fehlen wichtige Kriterien

²⁸⁰ M. Bauchmüller, T. Urban und M. Winter: Gas-Streit: Europa geht das Gas aus. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 6.1.2009, online unter: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/804/453494/text/> [Stand: 6.3.2009].

für die Entstehung eines Feindbildes. Dennoch entwickelt der Artikel durch komprimierte Techniken Anklänge eines Feindbildes 1, das von einigen Techniken der Dämonisierung überdacht ist und sich so zum einem Feindbild 2 nach Tepe entwickelt.

Indem die BILD dem Konflikt durch Alexei Miller ein Gesicht verleiht, kann der Leser seinen Hass wesentlich besser kanalisieren, da er einen Fixpunkt hat. Miller kann als „Gegenperson“ gewertet werden, die nach Tepe die Werte des verabscheuten Systems beispielhaft repräsentiert.²⁸¹ Indem Miller allein vor dem Konflikt steht, erhält die Meldung so großen Unterhaltungswert. Der wütende Leser fragt sich vielleicht angesichts des lächelnden Millers, wieso dieser sich daran erfreut, uns in die Misere zu reißen und vermittelt den Eindruck, dass der millionenschwere Miller mit uns Deutschen spielt, uns nicht ernst nimmt und ihm unsere Notlage egal ist. Damit schürt die BILD bewusst Existenzängste, die den Artikel für jeden Leser zur vorgeblich wichtigen Lektüre machen. Indem die BILD das negative Image des Mannes, das ihm auf Grund seiner jüngsten Entscheidungen anhängt, sprachlich mit seiner Identität als Russe verbindet, knüpft sie bewusst an althergebrachte Vorurteile, Stereotype und vielleicht sogar Feindbilder an, die viele Leser nach wie vor ansprechen mögen.

5.1.2.5 Zusammenfassung

Da die BILD ein harmonisches Ideal, dem die Realität nur geringfügig gerecht werden kann, sowie die absolute Autorität ihrer Instanz propagiert, sind besonders im politischen Feld die Voraussetzungen für grundsätzliche Gegnerschaften gegeben. Wenn die BILD einen ihrer grundsätzlichen Gegner anprangert, nutzt sie sehr häufig auch bestimmte Techniken der Überhöhung und Dämonisierung ihres Gegners, um die Wirkung des Artikels zu potenzieren. Denn die Dämonisierung erfolgt über die Weckung von Emotionen wie Hass und Furcht. Der persönliche Bezug für den Leser stellt bei der Gestaltung der Artikel einen bedeutenden Stellenwert dar: Damit der Konsument angeregt wird, den Artikel zu lesen und damit die Zeitung zu kaufen, nutzt die BILD häufig Gegenpersonen nach Tepe, um den jeweiligen Konflikt anschaulich zu machen. Günter Wallraff funktioniert hier als (angeblich) repräsentativer Kommunist und Alexei Miller gibt dem Gas-Streit eine Ausrichtung. Generell hat das vorangegangene Unterkapitel belegt, dass die BILD Feindbilder produzieren will und mit feindbildtypischen Mustern arbeitet. Dies wird besonders durch Wellers Theorie bekräftigt, weil ihm schon das kol-

²⁸¹ Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 13.

lektive dichotomische Wahrnehmungsmuster als Kriterium für die Genese von Feindbildern ausreicht. Über das tatsächliche Wirkungspotential kann diese Untersuchung natürlich keinen Aufschluss geben, daher kann auch die kollektive Übernahme des Wahrnehmungsmusters nicht vorausgesetzt werden. Allerdings sind in den Artikeln die Grundvoraussetzungen dafür gegeben, weil die Darstellung der jeweiligen Gefahr inhaltlich oder sprachlich auch einen persönlichen Bezug für den Leser erzeugt, indem mit tiefschürfenden Ängsten gespielt wird (Existenzangst). Bei Günter Wallraff als ‚Spion der Kommunisten‘ und den Bombay-Terroristen sind viele Bedingungen Peter Tepes Theorie zur Bildung eines Feindbildes erfüllt. Die 68er-Studenten und der Russe Alexei Miller erscheinen jedoch noch in einem menschlichen Licht, welches die Hoffnung auf Widerruf der feindbildtypischen Konstruktion weiterhin zulässt.

5.1.3 Einfache Gegner

5.1.3.1 Hartz-IV-Empfänger

Im August 2003 berichtete die BILD über einen deutschen Sozialhilfeempfänger, der sich in Florida von der staatlichen Unterstützung eine Wohnung finanzierte und versah ihn mit dem hämischen Spitznamen ‚Florida-Rolf‘. Die Berichterstattung führte dazu, dass einige Änderungen der deutschen Sozialgesetzgebung erfolgten, infolgedessen der Mann gezwungen war, nach Deutschland zurückzukehren. In den letzten Jahren veröffentlichte die BILD nicht wenige Artikel, die sich mit zu Unrecht bezogenen Sozialleistungen befassen.²⁸² Vier Artikel werden in dieser Untersuchung einer Feindbildanalyse unterzogen.

„STÜTZE IN DER SONNE. Karibik-Klaus lacht uns alle aus“²⁸³ titelt die BILD am 24. Dezember 2005 im ersten Artikel. Der Artikel von Kathrin Hendrich handelt von Klaus L., dessen Vergehen ein „NOCH DREISTERER FALL“ sei, als die seines Namens-Cousins: „Erinnern Sie sich noch an ‚Florida-Rolf‘?“ Doch Ermittler seien ‚Karibik-Klaus‘ nun „auf die Schliche gekommen.“ Hendrich charakterisiert ihn als „braungebrannt und lächelnd“, „im feinen Anzug, gerade aus der Sonne eingeflogen“, um im

²⁸² Allerdings kann ‚Florida-Rolf‘ nicht beschuldigt werden, ein Gesetz gebrochen zu haben. Vielmehr nutzte er es aus. Vgl. Bildblog: ‚Wir basteln uns einen neuen Florida-Rolf‘ vom 4. März 2009, online unter: <http://www.bildblog.de/1042/wir-basteln-uns-einen-neuen-florida-rolf/> [Stand: 6.3. 2009].

²⁸³ Abb. 19 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

Gerichtssaal seinem Prozess beizuwohnen. Der 71-jährige habe als „Schmarotzer [...] in Deutschland abkassiert. 22 5000 Euro Sozialhilfe!“ Vor Jahren habe er einige Zeit seinen Wohnsitz nicht umgemeldet, täuschte vor, weiterhin in Berlin zu leben. Während alle anderen arbeiten mussten, „aalte er sich in der Liege, beobachtete die schönen Biki-Mädchen am Strand von Mexiko.“ Dort habe er ein Haus am Meer besessen sowie ein Anwesen in Florida. ‚Karibik-Klaus‘ habe nun Einspruch gegen den Strafbefehl wegen Betrugs eingereicht. Da er „angeblich“ keinen Flug nach Deutschland finanzieren konnte, ließ das Gericht ihn „auf Staatskosten“ einfliegen. Dies danke er nun, indem der ehemalige Architekt „als erstes jammerte [...]: ‚Brr, ist das Wetter ungemütlich.‘“ Obwohl seine Schuld im Prozess nachgewiesen werden konnte, hat „der Sozialschmarotzer [...] dennoch Glück“, seine Vergehen sind größtenteils verjährt. ‚Karibik-Klaus‘ kommt so mit einer Geldstrafe davon, die er verspricht abzahlen. Den Betrag, den er dem Sozialamt schulde sowie Flug- und Hotelkosten könne er nicht zurückzahlen: „Ich schlag‘ mich in Mexiko mehr schlecht als recht durch. Lebe von 500 Euro Hausverwaltungsgeld.“

Am 13. März 2006 findet BILD einen weiteren Fall: „NOCH SCHLIMMER ALS FLORIDA ROLF. So frech zockt uns Mallorca-Karin ab.“²⁸⁴ Der Artikel beginnt mit der Kontrastierung der unterschiedlichen Lebenssituationen in Deutschland und Mallorca: „In Deutschland bibbern wir bei minus 10 Grad. Auf Mallorca scheint schon die Frühlingssonne, es sind milde 15 Grad ... “. Die „Sozial-Abzocke“ leiste sich diesmal die 50-jährige Karin K. Offiziell arbeitslos und hoch verschuldet beziehe ‚Mallorca-Karin‘ monatlich ungefähr 700 Euro Arbeitslosengeld II. Die BILD rechnet außerdem auf die viereinhalb Jahre hoch, die Karin schon Sozialhilfe bezieht, spricht demnach von insgesamt über 40 000 Euro. Dabei führe sie ein „zweites, süßeres Leben - im sonnigen Mallorca!“ Eine Fahnderin verrät den Journalisten S. Schulenburg, H. Cronauer und J. Storch²⁸⁵ von ‚Mallorca-Karins‘ zwei Eigentumswohnungen und einer Anstellung als Maklerin. So sei wahrscheinlich, dass sie mehr verdiene, als sie angibt. Die Fahnderin mahnt: „Wenn es alle so machen wie sie, ist der Topf für die wirklich Hilfsbedürftigen bald leer.“ Der Landrat des Kreises Offenbach spricht von einer sicheren Betrugsanzeige: „Wir werden den Fall mit aller Härte ahnden.“ Seine Prämisse für die Vorgehensweise laute dabei „Null Toleranz!“

²⁸⁴ Abb. 20 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

²⁸⁵ Die Autoren werden nicht mit vollem Namen genannt.

In dem „GROSSE[N] HARTZ-IV-REPORT“²⁸⁶ berichtet Stephan Kürthy u.a. von einem Mann „von jährlich mehr als hunderttausend“, der durch Hartz-IV-Missbrauch den Steuerzahler „[h]underte Millionen Euro“ kostete. Es handelt sich um die „freche Geschichte von Hartz-IV-Betrüger Markus M.“. Die Überschrift des Artikels umfasst ein Zitat desselben: „So einfach ist es, den Staat zu bescheißen.“ Die Abbildung über der Überschrift zeigt Markus M. mit herausgestreckter Zunge, erhobenem Mittelfinger und schelmischem Blick in die Kamera. Er hält (vermutlich) ein Schreiben des Sozialamtes über die Höhe seiner staatlichen Unterstützung in die Kamera. Sein Lebensmotto verkündet er ohne Skrupel: „Für 4 Euro die Stunde stehe ich nicht auf. Da arbeite ich lieber schwarz.“ Seine 600 Euro staatliche Unterstützung empfinde er als „Zumutung“, das Geld sei nach eigener Aussage zu „knapp bemessen“, so dass er es als „legitime Notwehr“ ansehe, nebenbei unangemeldet zu arbeiten. Offiziell neun Jahre ohne Job, wende er etliche Tricks an, um die Fahnder zu täuschen: „Ich bin mit allen Wassern gewaschen. Es ist so einfach, den Staat zu bescheißen.“ So erwirtschaftete er jeden Monat zusätzliche 1000 Euro, die er „zum Überleben“ dringend benötige. Dabei nenne er zahlreiche Luxus-Güter, wie eine „600 Euro teure Espresso-Maschine“, sein eigen. Erneut wird seine Skrupellosigkeit bei seinen Vergehen betont: „Wenn ich schwarz zwölf Euro kriege, wäre ich ja blöd, wenn ich für vier Euro offiziell arbeite.“ Weiterhin wird von seinen zahlreichen Täuschungs- und Vertuschungsaktionen gegen den Staat berichtet. Markus M. betont, dass er „jede Gesetzeslücke“ kenne. Die BILD urteilt in großen Lettern: „SO ETWAS WIE UNRECHTSBEWUSSTSEIN BESITZT MARKUS M. NICHT.“

Der vierte und letzte Artikel wurde am 6. September 2008 veröffentlicht. „MIETBETRÜGERIN VOR GERICHT: Hier pöbelt die dreiste Hartz-IV-Abzockerin“²⁸⁷ titelt der Artikel über die 25-jährige Mirija S., die zu ihrem Gerichtstermin „mit Luxus-Handtasche (Louis Vuitton‘), rot lackierten Nägeln und Marken-Turnschuhen“ erscheint. Ein Foto zeigt die junge Frau mit erhobenem Mittelfinger, die andere Hand hält sie vor ihr Gesicht. Die „dreiste Hartz-IV-Betrügerin“ hatte monatlich 1499 Euro bezogen, obwohl sie zeitweise bis zu 15 Untermieter in ihrer Wohnung habe leben lassen. „Unfassbar“ sei die Tatsache, dass sie sogar das Geld einsteckte, das das Sozialamt zur

²⁸⁶ Abb. 21 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

²⁸⁷ Abb. 22 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

Zahlung ihrer Miete überwies. Diese Schulden könne sie nur in Raten abzahlen, so die „gierige Mieterin“. Als BILD nach ihrer Handtasche fragt, steht die Erwiderung, es handle sich um ein Geschenk, unkommentiert am Ende des Artikels.

Während in der Wortzusammenstellung ‚Karibik-Klaus‘ sogar noch eine Alliteration zu finden ist, erweckt aber auch die bloße Zusammenstellung ‚Mallorca-Karin‘ ein stets abrufbares Bild, das die jeweilige Person mit ihren Vergehen in Verbindung bringt. Die Menschen werden so sprachlich auf ihren Sozialbetrug reduziert. Diese Verbindung mit beliebten Urlaubszielen kann die Aufmerksamkeit und den Neid der Leser wecken. Die häufige Verwendung der Begriffe „kassiert“ und „abkassiert“ verdeutlicht die Skrupellosigkeit und Amoralität der Betrüger, die als „[dreist]“ und „[gierig]“ beschrieben werden. Außerdem wird ein biologisches Vokabular zur Charakterisierung der Personen verwendet, wie „Schmarotzer“ und „Sozialschmarotzer“. Die BILD arbeitet zudem mit der Kontrastierung, indem sie Deutschland und den jeweiligen Lebenswohnraum der Betrüger gegenüberstellt: Während jene ihr „Sonnenparadies“ genießen, wo das Wasser „tiefblau, die weißen Sandstrände [...] endlos“ scheinen, „bibbern wir [in Deutschland] bei minus 10 Grad.“ ‚Wir‘ holt den Leser damit in die BILD-Gemeinschaft, der die Betrüger nicht angehören. Als richtende Instanz verzichtet die BILD außerdem nicht auf moralistische Sprachbilder: „Wenn es alle so machen wie sie, ist der Topf für die wirklich Hilfsbedürftigen bald leer.“

Nach dem Überzeugungssystem der BILD ist es unverzeihlich, den Staat zu betrügen und gegen das Gesetz zu verstoßen. Während sie unbedingte Staatstreue fordert und die homogene Gemeinschaft der Deutschen propagiert, schließt sich eine Minderheit bewusst aus dieser Gemeinschaft aus, um sie zu sabotieren. Dabei geht es ihr nur um ihren eigenen Profit und nicht um das Gemeinschaftswohl. Damit stört sie die Harmonie der BILD-Welt.

Während der „braungebrannt[e]“ Klaus K. im „feinen Anzug gerade aus der Sonne eingeflogen“ ist, „bibbern wir bei minus 10 Grad.“ ‚Wir‘, die BILD-Leser, die in Deutschland lebenden Deutschen, bilden so nach Weller die ingroup. Die ‚Sozialschmarotzer‘ stehen dabei als outgroup außerhalb dieses Kreises. Die klare Kategorisierung steigert sich bis zu einem dichotomischen Wahrnehmungsmuster: „Er meckerte ständig über die Temperaturen. Er war ein Mensch, der die Sonne und das Leben liebte.“ Viele Leser mögen sich denken, dass sie genauso empfinden, aber dennoch nicht kriminell und betrügerisch handeln würden, da die Allgemeinheit daran Schaden nähme. Weil jenen

Betrüger mit „Null Toleranz“ entgegen getreten werden soll, müssen sie zwangsläufig als stereotyp ‚böse‘ eingestuft werden.

Bei der Bestimmung der Gegnerschaft der BILD zu den ‚Hartz-IV-Betrüger‘ handelt es sich gewissermaßen um einen Grenzfall: Eigentlich handeln die Personen nicht gegen die Grundpfeiler der BILD, sind weder politisch-extremistisch, antisemitisch, noch kommunistisch. Sie sind zwar Teil unserer Gesellschaft, verstoßen jedoch gegen deren Gesetze und sind damit einfache Gegner. Dem Ideal der Harmonie der deutschen Gesellschaft widersprechen sie jedoch, da sie es mit vollem Bewusstsein aushöhlen und vernichten. So stehen die Betrüger eigentlich an dem Punkt, an dem einfache und grundsätzliche Gegnerschaft an ihren Grenzen verschwimmen. Generell kann nicht von einer sachlichen Berichterstattung gesprochen werden: Der Hass auf die Hartz-IV-Betrüger wird bewusst geschürt, indem eben nicht nur von beispielsweise 700 Euro monatlichem Sozialgeld im Fall der ‚Mallorca-Karin‘ gesprochen wird. Die BILD rechnet auf viereinhalb Jahre hoch und potenziert somit bewusst die Wirkung auf den Leser, da dieser sicherlich die somit 40 756 Euro als ein größeres Ärgernis empfindet. Auch klingt an, dass von einem unveränderlichen Wesen der Betrüger ausgegangen wird: Mirja S.s Ausrede, ihre teure Handtasche sei ein Geschenk, wirkt nach der Aufzählung ihrer Straftaten wenigstens sehr unglaubwürdig. Auch die anderen Betrüger zeigen keinerlei Reue. Das biologische Vokabular („Schmarotzer“) überdacht die Gegnerschaft, indem sie die Personen als Fremdkörper in der Gesellschaft erscheinen lässt. Dies reicht jedoch im Vergleich zu anderen Feindbildern nicht, um von einer Entmenschlichung zu sprechen. Die Personen erscheinen als böswillig, aber nicht als Monster. Allerdings erweckt die BILD den Anschein einer im Geheimen operierenden Gegenmacht, wobei die einzelnen Personen jedoch nicht miteinander in Verbindung stehen. Durch die ähnlichen Bezeichnungen wird jedoch assoziativ eine Bindung hergestellt („Florida-Rolf“, ‚Mallorca-Karin‘, ‚Karibik-Klaus‘) Obwohl sich Elemente der Dämonisierung nachweisen lassen und die BILD-Welt klar in ein Gut-Böse-Schema geteilt ist, kann nicht von einer Verteufelung der Gegner und somit auch nicht von einer Dämonisierung gesprochen werden. Insgesamt kann kein wirkliches Feindbild nachgewiesen werden, allerdings werden feindbildtypische Muster erzeugt, die die Wirkung des Artikels in bestimmte Wege leiten und somit für die BILD höchst nützlich sind: Indem die Hartz-IV-Betrüger als böse, weil skrupellos und kriminell beschrieben werden, stärkt die BILD die Autorität ihrer Instanz sowie insbesondere den deutschen Staat, da nahegebracht wird, wel-

chen Schaden jene Personen anrichten. Diesen Schaden baden nicht nur die Regierung, sondern alle aus, vor allem die kleinen (BILD-lesenden) Steuerzahler.

5.1.3.2 Banker

Im Oktober 2008 äußert sich Hans-Werner Sinn, der Chef des Instituts für Wirtschaftsforschung in München, im Tagesspiegel zu der derzeitigen Finanzkrise:

„In jeder Krise wird nach Schuldigen gesucht, nach Sündenböcken. Auch in der Weltwirtschaftskrise von 1929 wollte niemand an einen anonymen Systemfehler glauben. Damals hat es in Deutschland die Juden getroffen, heute sind es die Manager. [...] Die deutsche Geschichte ist hier ja ganz klar. Der Nationalsozialismus ist aus der Krise zwischen 1929 und 1931 entstanden. Auch heute stehen Rattenfänger wieder parat.“²⁸⁸

Für diesen unangemessenen Vergleich verlangte der Zentralrat der Juden eine Entschuldigung, die Sinn in der Folge aussprach. Wenn auch der Vergleich – um Missverständnisse zu vermeiden – absolut fehlgegriffen war, so lässt doch folgender Artikel aufhorchen und vermuten, dass Sinn mit seiner Einschätzung der öffentlichen Darstellung der Manager zumindest nicht vollkommen falsch lag.

So titelt die BILD am 14. Februar 2009: „SIE HABEN MILLIARDEN VERZOCKT. ABER ... Diese Gier-Banker haben ihr Geld sicher!“²⁸⁹ Darüber sind Fotos von den freundlich lächelnden (Ex-)Bankchefs Hans Berger und Georg Funke abgebildet. Die BILD-Journalisten S. Jungholt und J.W. Schäfer²⁹⁰ rekapitulieren die angeblichen Vergehen der Banker und unterstellen ihnen dabei, von niederen Beweggründen angetrieben worden zu sein: „Sie verzockten Milliarden, ihre Gier kannte keine Grenzen.“ Über „viel zu riskante Geschäfte“ erleide die deutsche Wirtschaft nun „die schwerste Krise seit mehr als 60 Jahren.“ Für die Bevölkerung, also die BILD-Leser, bedeute dies „Firmenpleiten, Entlassungen, Milliarden-Lasten für die Steuerzahler und Angst um Renten und erspartes [sic!]!“. Dagegen seien die Banker finanziell auf der sicheren Seite, hätten „ihre Schäfchen längst im Trockenen.“ Zum Ende des Artikels fordert die BILD ihre Leser auf zu lesen, „wie die Gier-Banker kassieren!“ Folgend listet sie acht Verantwortliche auf, nennt die Höhe der Beträge, die verloren wurden sowie ihre Gehälter, bzw. Renten.

²⁸⁸ Interview mit Hans-Werner Sinn. In: Der Tagesspiegel vom 27.10.2008, online unter: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/Finanzen-Finanzkrise;art130,2645880> [Stand: 5.3.2009].

²⁸⁹ Abb. 23 im Anhang. Die folgenden Zitate entstammen, sofern nicht anders angegeben, alle dieser Abbildung.

²⁹⁰ Die Autoren werden nicht mit vollem Namen genannt.

Schon die Überschrift mutet inhaltlich antithetisch an: Die Banker hätten „Milliarden verzockt“, aber „ihr Geld sicher“. Die Wortkreation „Gier-Banker“ kann durch ihren lautmalerischen Charakter die Aufmerksamkeit des Lesers wecken, ist meinungstechnisch gefärbt und dient durch den Gebrauch in einigen Artikeln dazu, einen stets abrufbaren Sachverhalt in den Köpfen der Leser zu verankern. Das Kampfmittel zur Überredung, die Alliteration, findet sich zudem gleich im ersten Satz: „[...] ihre Gier kannte keine Grenzen“. Der Artikel, der insgesamt nur 75 Wörter zählt (wenn man den Schaukasten der Bankenchefs außer Acht lässt, der dem Artikel als eine Art Anhang beigelegt wurde), lässt auf eine bis ins kleine Detail bewusste Wortwahl schließen: So „verzockten“ die Banker Milliarden, der für diesen Sachverhalt gebräuchliche Begriff ‚verspekulieren‘ wird nicht genannt. Dieser bleibt nämlich oft abstrakt und inhaltslos, ‚verzockt‘ vermittelt jedoch eine klare Richtung, die den Leser nach der schon einstimmenden Überschrift nun erst recht auf einen intendierten Weg lenkt. Denn der Begriff ‚zocken‘ entstammt der Umgangssprache, im Duden bedeutet die korrekte Erklärung so viel wie „Glücksspiele machen“²⁹¹. Der Artikel legt so nahe, dass die Banker bedenkenlos und halsbrecherisch mit dem Geld anderer ‚gespielt‘ haben – und so die volle Schuld für die Finanzkrise tragen. Auch die Formulierung, die Banker „stürzten über viel zu riskante Geschäfte ihre Banken an den Rand des Zusammenbruchs“, vermittelt den Eindruck, dass die Banker leichtsinnig und fahrlässig gehandelt haben. Die Folgen werden vor allem durch das negativ konnotierte Wortfeld ‚Angst‘ konkretisiert. Da die Banker selbst ihre „Schäfchen längst im Trockenen“ hätten, haben sie genau die Sicherheit, die sie der Bevölkerung genommen haben. Durch die Aufforderung zu lesen, „wie die Gier-Banker kassieren“, wird Hass und Neid geweckt. Die 75 Wörter des Artikels sind zum größten Teil dramatisierend, wertend und negativ: „verzockt“, „Gier“, „riskante Geschäfte“, „Rand des Zusammenbruchs“, „schwerste Krise“, „Firmenpleiten, Entlassungen, Milliarden-Lasten“, „Angst um Renten und erspartes [sic!]“, „Gier-Banker“, „kassieren“. Die beiden Fotografien über dem Artikel bieten einen Kanalisationspunkt für den Hass – die „Gier-Banker“ blieben vielleicht abstrakte Größen, die BILD gibt durch die Gesichter eine klare Ausrichtung auf bestimmte Personen.

Das Überzeugungssystem der BILD findet klaren Ausdruck: Anstatt für das Allgemeinwohl einzustehen, waren die Banker angeblich nur auf ihren eigenen Profit aus. Sie

²⁹¹ Duden: Die deutsche Rechtschreibung. Das umfassende Standardwerk auf der Grundlage der neuen amtlichen Regeln, Bd. 1, 23. Aufl., Mannheim 2004.

handelten verantwortungslos, obwohl sie eigentlich ihre Position in der deutschen Gesellschaft nicht hätten missbrauchen dürfen. Die Banker werden als stereotype ‚Gier-Banker‘, die alle wissentlich verantwortungslos gehandelt hätten, in eine negative Kategorie eingeordnet. Ihnen gegenüber steht die restliche Bevölkerung, die auf ihr Wohlergehen angewiesen ist. Es handelt sich demnach um ein dichotomisches Wahrnehmungsmuster. Da die Banker jedoch nicht gegen die Grundpfeiler der BILD, sondern gegen ihr Gesellschaftsbild verstoßen haben, handelt es sich bei den Bankern um einfache Gegner der BILD. Obwohl so die Voraussetzung, die grundsätzliche Gegnerschaft, für ein Feindbild nach Tepes Theorie nicht gegeben ist, finden sich auch hier Mechanismen der Überhöhung und Dämonisierung. Dies funktioniert vor allem dadurch, dass weder kritische Stimmen über die ‚Schuld-Frage‘ der Finanzkrise genannt werden, noch detailliertere Ausführungen zu den Vergehen der Banker Eingang in den Artikel zu finden sind. Die Dämonisierung gelingt außerdem durch den heftigen Appell an die Emotionen der Leser: Die Berufsbezeichnung wird mit dem Begriff ‚Gier‘ verbunden, die eine der sieben Todsünden darstellt und so seit jeher eine negative Dimension beinhaltet. Es existiert im Bezug auf die Banker so ein Wesensdenken, das ihnen gleichbleibende, allgemeingültige Charaktereigenschaften zuschreibt. Auch erscheinen sie als Bedrohung, als gemeinsam operierende Macht, die das Wohl der Bevölkerung gefährdet. Der erste Schritt, sie zu Monstern zu stilisieren, wird zwar getan, die Banker werden jedoch in keiner Weise entmenschlicht. So ließen sich typische Muster der Feindbildgenese nachweisen, für die Bildung eines Feindbildes fehlen jedoch notwendige Kriterien.

Der Artikel legt jedoch nahe, dass die Banker ihre eigene Position nie gefährdeten, jedoch bewusst die der ‚einfachen Leute‘. Es wird das Gefühl vermittelt, dass diese Menschen mit dem Glück anderer gespielt haben. Er geht bewusst auf die Existenzängste der einfachen Bevölkerung ein („Angst um Renten und erspartes [sic!]“) und kann sich so großer Aufmerksamkeit sicher sein. Dieser Artikel verdeutlicht jedoch wie kein anderer in dieser Untersuchung, dass die spekulierte Lesermeinung aufgegriffen und um ein Vielfaches gesteigert eingebracht wurde. Der Aufmerksamkeit der Leser können sich die Macher der BILD so sicher sein. Allerdings kann der Artikel die Lesermeinung bedeutend radikalisieren.

5.1.3.3 Zusammenfassung

Das Unterkapitel hat gezeigt, dass die Grenzen zwischen der einfachen und der grundsätzlichen Gegnerschaft in der BILD leicht verschwimmen können. So bilden die Hartz-IV-Empfänger zwar einen Teil der deutschen Bevölkerung und damit der Gemeinschaft der Deutschen, allerdings missbrauchen sie diese Position im Geheimen. Auch die Banker, die dem BILD-Leser einen Fixpunkt für die derzeitige Finanzkrise bieten sollen und so als Gegenpersonen fungieren, sind eigentlich einfache Gegner. Allerdings lassen sich auch bei ihnen die typischen Techniken der Dämonisierung und der Feindbildgene- se nachweisen, da mit deutlichen Methoden der Hass-Erzeugung auf bildlichem, sprach- lichem und inhaltlichem Feld gearbeitet wird. Wie bei der Dämonisierung der grund- sätzlichen Gegner wird auch hier an Existenzängste der Leser appelliert. Diese ‚innerge- sellschaftlichen Feinde‘ werden zwar weder entmenschlicht und als Monster dargestellt, allerdings lässt die Suggestion eines unveränderlichen Wesens bestimmter Menschen- gruppen ein Konstrukt entstehen, das wirklichen Feindbildern an bedeutsamen Stellen ähnelt.

5.2 Auswertung

Den prinzipiellen Unterschied des Feindbildes ‚Jude‘ zu den Feindbildern und Feind- bildansätzen in den in dieser Untersuchung analysierten Zeitungsartikeln stellt seine Radikalität dar. Dort wo die BILD verkürzt, ausspart und Hoffnung weiterhin zulässt, formuliert der *Stürmer* die klare Aufforderung zur Vernichtung des Feindes. Denn Aus- rottung ist die einzig mögliche Lösung für solche grundsätzlichen Gegner, die aus eige- ner Motivation, geplant und entschlossen in eine Gesellschaft eindringen, um sie zu zerstören. Selbst den Bombay-Attentätern wird ein gewisses Maß an gesellschaftlicher Prägung zugestanden, das ihren Weg in den Terrorismus zwar weiterhin unbegreiflich, aber ansatzweise erklärbar erscheinen lässt. Auch die Darstellung als Monster geschieht nicht mit der kompromisslosen Vehemenz der Nationalsozialisten. Schon vor der Unter- suchung war jedoch klar ersichtlich, dass die Feindbilder der BILD-Zeitung, sofern sol- che existieren, gravierende Unterschiede zu denen der Nationalsozialisten tragen müs- sen. So arbeitet die BILD vor allem auch mit versteckten Diffamierungstechniken, die erst bei der genaueren Analyse klar ersichtlich werden, währenddessen der *Stürmer* in aller Klarheit seinen Standpunkt ausdrückt. Interessant bleiben dennoch gerade die Ge-

meinsamkeiten, die beide Ansätze aufweisen: Die Grundvoraussetzung zur Bildung von Feindbildern bleibt für beide Publikationen die Annahme, über die weltanschauliche Wahrheit zu verfügen und so die Berechtigung zur Herabwürdigung anderer Menschen zu besitzen. Die BILD wie der *Stürmer* möchten Hass erzeugen. Diesen Hass erzielen sie durch die Dämonisierung des Gegners, die gerade von Emotionen getragen wird. Beide spielen gekonnt mit den Existenzängsten der Leser und stellen den Feind als ‚wesensmäßig‘ schlecht dar und sprechen ihm ab, nach wirklichen Idealen zu handeln. Seine Haltung kann als ‚Verstocktheit‘ interpretiert werden. Die Suggestion, von dem Feind unaufhaltsam in dem eigenen Lebensrecht beschnitten werden zu können, schürt instinktive Gefühle, die rationale Überlegungen systematisch ausklammern, wenn nicht gar unmöglich machen. Gerne arbeiten beide Publikationen mit der Darstellung einer im Geheimen operierenden Macht, die zudem mit bösen Gegenmächten in Verbindung steht.

Die Feindbildanalysen haben zudem ergeben, dass der Kritik an der BILD und an Boulevardzeitungen allgemein an einigen Stellen Recht gegeben werden muss. Generell klammert die BILD komplizierte Sachverhalte aus und kürzt sie auf die wesentliche meinungspopulistische Aussage. Durch die Dämonisierung des Gegners, die ihm typische und oft unveränderliche Wesensmerkmale zuschreibt, verschiebt sich unweigerlich die von der BILD proklamierte Realität. Übernimmt der Leser jene Vorurteile und passt sich dem stereotypen Denken der BILD-Artikel an, sind Entwicklungen, die zu Rassismus oder Ähnlichem führen, denkbar. Außerdem sind in der hier gesichteten Berichterstattung tatsächlich Meinung und Fakt nicht mehr voneinander zu trennen. Wenn die Beunruhigung der Staaten Europas auf Grund des russisch-ukrainischen Gas-Streits beispielsweise umformuliert wird in „Der Gas-Russe lässt Europa zittern!“, ist für den Leser Wirklichkeit und Interpretation nicht mehr trennbar, das Realitätsbild wird so verzerrt. Denn es steht nicht die politische Informierung der Leser, sondern die sensationelle Darstellung, die oft zu Verzerrungen führt, im Vordergrund.²⁹² Außerdem ist die politische Berichterstattung damit zu vereinfacht und dadurch polarisierend. Denn der Leser, der keine oppositionellen Meinungen zur Abwägung der eigenen Interessenlage zur Kenntnis nehmen kann, schließt sich, der Logik des jeweiligen Artikels folgend, sehr wahrscheinlich der einzigen Meinung an, die er angeboten bekommt. Ihm wird vermittelt, dass es nur eine einzige Sicht auf bestimmte Dinge gebe und die BILD somit

²⁹² Höke: Sun vs. BILD, S. 68.

letztendlich immer Recht behalte. Als bedenklich sollte zudem angesehen werden, dass die BILD bestimmte Gruppen innerhalb der deutschen Bevölkerung auswählt und durch die einseitige Berichterstattung den Eindruck erweckt, es gehe eine Bedrohung von ihnen aus. Unter den Hartz-IV-Empfängern wird es so zwar viele Menschen geben, die unter falschen Angaben ungerechtfertigt Sozialleistungen beziehen, andererseits darf nicht der Eindruck entstehen, dass unter Hartz-IV-Empfängern Betrüger überrepräsentiert seien. Die Bestätigung der Minderheitendiskriminierung liegt daher auf der Hand. Mit Blick auf das Überzeugungssystem wird ferner das Ideal einer Gesellschaft propagiert, das auf Grund der von dem Verlag selbst intendierten autoritären Welt-Selektion Ausschließlichkeitscharakter trägt und damit tatsächlich dem Vorwurf des „Heile-Welt-Dogma[s]“²⁹³ und dem Konzept der „Formierten Gesellschaft“²⁹⁴ gerecht wird und durch eine propagierte Idealität einer „Volksgemeinschaftsideologie“²⁹⁵ gleichkommt. Indem die BILD Günter Wallraff als ‚Untergrund-Kommunisten‘ in dem hier untersuchten Artikel scheinbar entlarvt, zeigt sie ein generelles Unverständnis gegen oppositionäre Strömungen in der Gesellschaft. So muss Alberts beigepflichtet werden, der der BILD vorwirft, demokratische Werte durch Abstraktion gänzlich jeder tatsächlichen praktischen Anwendung zu entziehen.²⁹⁶ Der Vorwurf der Verkennung der Streitkultur seitens der Studenten muss als gerechtfertigt gewertet werden. Zwar kann keine allgemeine Aussage über das tatsächliche Vorhandensein einer Obrigkeitsmentalität der BILD gemacht werden, schließlich müsste jene auf deutlich mehr Artikeln basieren, allerdings zeigten die Analysen großes Vertrauen in die deutsche Regierung und zwar ganz gleich ob SPD (Alt-Kanzler Schröder im Gas-Streit als Wirtschaftsmogul) oder CDU (Kanzlerin Angela Merkel als diplomatische Streitschlichterin). Logisch ist die Weltsicht der BILD tatsächlich nicht, wie Heinrich Böll resümierte. Denn sie basiert auf heftigen Emotionen, die an menschliche Urinstinkte appellieren, die als Bewertungsmaßstab für den jeweiligen Sachverhalt fungieren sollen.

Streng genommen erfüllen alle Artikel nicht den vollen Kriterienkatalog zur Bildung eines Feindbildes nach Tepe. Keines der Feindbilder beinhaltet so die kompromisslose Forderung der Vernichtung des Feindes nach dem Motto: ‚Lieber töten wir sie, als sie uns!‘, sondern arbeitet (lediglich) mal häufiger, mal seltener, mit feindbildtypischen

²⁹³ Ebd., S. 151.

²⁹⁴ Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik, S. 145.

²⁹⁵ Spoo: Die Opfer müssen sich wehren, S. 231.

²⁹⁶ Vgl. Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik, S. 146.

Mustern. Eine Zeitung in einem Rechtsstaat darf eine vergleichbare Forderung jedoch nicht aussprechen und sie widerspricht dem Überzeugungssystem der BILD, das vor allem beinhaltet, Extremitäten zu vermeiden und im Gegensatz ein Ideal der Mitte und Harmonie predigt. Konstitutiv jedoch haben feindbildtypische Muster in der BILD eine bedeutende Funktion, die solchen anderer autoritärer und sogar totalitärer Systeme gleicht: Die BILD-Zeitung bedarf der Feindbilder, da sie zur Bindung ihrer Leserschaft die Abgrenzung zu anderen Gruppen unterstreichen muss.²⁹⁷ Vorweggenommen ist hierbei der Gedankenschritt, dass die BILD ihr Überzeugungssystem als definitiv richtig ansieht, was aus ihrem autoritären Charakter resultiert, der von der Forschung schon des Öfteren betont wurde.²⁹⁸ Dies führt dazu, dass die BILD häufig mit einem dichotomischen Wahrnehmungsmuster arbeitet²⁹⁹, das die Welt in ‚gut‘ und ‚böse‘ teilt. Dadurch bietet sie als autoritäre Instanz Orientierung in der Welt, was der Leser als angenehm erfahren kann. So kann sie die kollektive BILD-Gemeinschaft stärken, die eine homogene Anhängerschaft vorgibt, wodurch der Leser sich zugehörig und sicher fühlen kann.³⁰⁰ Denn „Feindbilder können gemeinschaftsbildend wirken“³⁰¹. Wir können uns definitiv ‚besser‘ fühlen als die jeweilige böartige Minderheit und erhalten dadurch ein stärkeres Selbstbewusstsein.³⁰² Fühlen wir uns besonders dann gut, wenn wir die BILD lesen, werden wir das Bedürfnis haben, die Zeitung regelmäßig zu konsumieren. Gerade die Gegenbilder gelten nach Tepe als bedeutende Konstanten, die die jeweilige böse Gegenmacht veranschaulicht, ihr ein Gesicht gibt.³⁰³ Indem sich die Geschichte, die der jeweilige Zeitungsartikel erzählt, auf einzelne Schicksale (Günter Wallraff, Alexei Miller, Hartz-IV-Empfänger, Banker) reduziert, kehrt sie den eigentlich abstrakten Sachverhalt durch einen persönlichen Bezug auf einzelne Personen zu einer ‚Human-Interest-Geschichte‘ um und schafft so, dass der Leser sich angesprochen fühlt und die Geschichte lesen möchte – und die Zeitung kauft. Die Unterhaltsamkeit des Artikels, die sich schon in den vorigen Kapiteln als oberste Funktion der BILD-Zeitungsartikel herausstellte, funktioniert in erster Linie über Emotionen. Da die BILD mit einer höchst

²⁹⁷ Vgl. Tepe: Grundsätzliches über Feindbilder, S. 56.

²⁹⁸ Nachzulesen in Gudrun Kruij: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, München 1999.

²⁹⁹ Die Konstruktion einer gesellschaftlichen Dichotomie bemerkten schon Peter Bruck und Günther Stocker. Vgl. Peter A. Bruck/Günther Stocker: Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen, Münster 1996, S. 24.

³⁰⁰ Vgl. Weller: Warum gibt es Feindbilder?, S. 56.

³⁰¹ Tepe: Grundsätzliches über Feindbilder, S. 10.

³⁰² Vgl. Tepe: Mythisierung des Gegners: Feindbilder, S. 15.

³⁰³ Vgl. ebd., S. 13.

emotionalen Sprache arbeitet, ist es gewissermaßen die **logische Konsequenz**, dass eine Überhöhung und Dämonisierung des Gegners erfolgt. Die Dämonisierung des jeweiligen Menschen/der jeweiligen Menschengruppe ist ein wichtiges Element zur Erzeugung eben jener Emotionen: Sie weckt eben nicht nur negative Emotionen wie Hass und Angst, vielmehr wirkt sie auch enthemmend und mitreißend.³⁰⁴ Deshalb ist die Emotionalisierung in der BILD-Zeitung funktionalisiert, „fungiert als präzise kalkuliertes publizistisches Steuerungsinstrument, das ein tragender Bestandteil der BILD-Konzeption ist.“³⁰⁵ Tepes wie Wellers Theorien besagen schließlich, dass die spezifische, oft empirisch fasche Ausgestaltung der Dämonisierung/Kategorisierung die Menschen dazu bewegt, die proklamierte Ansicht zu übernehmen. Diese Nützlichkeit der Dämonisierung führt dazu, dass auch die einfachen Gegner der BILD-Zeitung der Dramatisierung bedürfen. So nutzt die BILD vor allem solche rhetorische Figuren, die anschaulich, eindringlich und besonders verstärkend wirken können, wie die Alliteration, Personifikation, Lautmalerei, Ellipse und Klimax.

Die Feindbildanalysen haben so in erster Linie ergeben, dass die generellen Gestaltungstechniken der BILD mit jenen der Feindbilderzeugung korrelieren und gewissermaßen in einem wechselseitigen Verhältnis zueinander stehen. Die vollkommenen und auch unvollkommenen Feindbilder können ferner bewirken, dass das primäre Ziel der Bindung der Leserschaft erreicht wird. Für die BILD bieten feindbildtypische Techniken so bedeutende Vorteile - weltanschaulicher wie ökonomischer Art. Jene Konstruktionen werden gefährlich, wenn der Leser nicht mehr in der Lage ist, Fakt und Wahrheit von der Übertreibung und Lüge zu trennen und in der Folge das Weltbild der BILD vielleicht sogar als objektiv erscheint.³⁰⁶ Wie die vorangegangene Darstellung zeigt, hat sich der Vorwurf der intendierten Meinungsmanipulation damit vollauf bestätigt.

6 Fazit

„Jede Wahrheit braucht eine Mutige, die sie ausspricht. BILD dir deine Meinung.“³⁰⁷, prangte 2007 in großen weißen Lettern über der freundlich lächelnden Alice Schwarzer

³⁰⁴ Vgl. ebd., S. 14f.

³⁰⁵ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 105.

³⁰⁶ Den Mechanismus der scheinbaren Objektivierung arbeitet Cornelia Voss heraus. Ebd., S. 108.

³⁰⁷ Abb. 24 im Anhang.

an jeder Bushaltestelle. In einer Gesellschaft, in der sogar Intellektuelle ihr Gesicht für eine BILD-Reklame hergeben, scheint Deutschlands größte Zeitung nicht nur toleriert, sondern erstmals in ihrer Geschichte akzeptiert. Zustände, gegen die vor 40 Jahren Menschen auf der Straße protestierten und sich zum Teil zu blutigen Guerillas steigerten, lassen uns heute nur noch müde mit den Schultern zucken. Jene Berichterstattung, die vor wenigen Jahrzehnten noch Tote forderte, ist heute Alltag geworden.³⁰⁸ Der Blick auf die weltweite Medienlandschaft verrät, dass die einstmals kritisierten Gestaltungstechniken der BILD-Zeitung von unzähligen Medienformaten übernommen wurden. Diese Entwicklung **muss** als problematisch angesehen werden, da diese Untersuchung ergeben hat, dass es in der BILD-Zeitung weniger um die Verbreitung von ‚Wahrheit‘, als um die Erzeugung von Emotionen geht, da nur diese Unterhaltung versprechen. Dieser primären Funktion sind alle anderen Kriterien, und dazu gehört auch die Informierung der Leser, untergeordnet. Diese Untersuchung widerspricht so entschieden neueren Forschungstendenzen, die von einer gemilderten Berichterstattung der BILD ausgehen.³⁰⁹ Die BILD hat sich nicht ‚gebessert‘. Die inner- und außergesellschaftlichen Oppositionen³¹⁰ der vergangenen Jahrzehnte sind längst Vergangenheit. Damit ist es für die BILD schlichtweg nicht mehr Notwendigkeit, heute wie damals zu diffamieren. So erscheint ein Vergleich hinfällig – es müssen andere Maßstäbe geltend gemacht werden. Die BILD-Zeitung druckt auch heute ohne ethische Grundsätze, die allgemeingesellschaftlich anerkannt sind. Den Zeitungsmachern geht es weniger um die Konsequenzen der Berichterstattung, als um die täglichen Absatzzahlen. Diese bedürfen nach wie vor einer vehementen Schreibweise, die immer noch nach feindbildtypischen Mustern funktioniert, wenn auch mitunter auf subtilere Art und Weise. Daher bedarf sie nach wie vor starken Kritikern, die der deutschen Gesellschaft die Kehrseite der Medaille vor Augen führen. Die Tendenz zeigt jedoch in eine bedenkliche entgegengesetzte Richtung.

³⁰⁸ Den BILD-Journalisten Thomas Drechsler-Marquardt und Oliver Santen wurde jüngst der Medienpreis *Der goldene Prometheus* als „Zeitungsjournalisten des Jahres“ verliehen, „für ihre sachliche, verhaltene und hysteriefreie Berichterstattung über die Bankenkrise“. Bild.de: ‚Ausgezeichnet! Die besten Journalisten 2009‘ vom 20.1.2009, online unter: <http://www.bild.de/BILD/berlin/aktuell/2009/01/20/journalisten-preis-prometheus/bild-journalisten-werden-ausgezeichnet.html> [Stand: 9.3.2009]. Die vorliegende Untersuchung zeigte jedoch ein Gegenbeispiel.

³⁰⁹ Vgl. Höke: Sun vs. BILD, S. 233. Ihre Interviewpartner sagen der BILD nach, weniger sensationell zu berichten, als noch vor einigen Jahren.

³¹⁰ Für die BILD wurden die Studenten innerhalb der deutschen Gesellschaft zur Bedrohung. Außenpolitisch stellte in Zeiten der Aufrüstung die Sowjetunion und damit das weltanschauliche System des Kommunismus eine akute Gefahr nach dem Überzeugungssystem der BILD dar, die nicht mit der des Terrorismus verglichen werden kann.

Die vorliegende Untersuchung hat bestätigt, dass Menschen ihre Emotionen anscheinend leichter abrufen können, wenn sie auf bestimmte Zielpunkte ausgerichtet werden. Im vorliegenden Fall wird dieser Mechanismus von der BILD übernommen. Sie liefert uns Menschen, die repräsentativ für eine Menschengruppe stehen, die wir hassen können. Grundsätzlich ist für den Feindbild-Komplex bedeutsam, dass bei der Vermittlung anscheinend immer mit Existenzängsten der Rezipienten gespielt wird. Diese grundlegenden menschlichen Ängste, die im ansonsten hektischen modernen Alltag oft verdrängt werden, können den Konsum der BILD zur Sucht werden lassen.³¹¹ Der Kern der Feindbildgenese stellt aber nicht die Bereitschaft zu hassen dar. Die Gefahr, die von Feindbildern ausgeht, manifestiert sich besonders in der Auffassung, die eigene Gruppe verfüge über die definitiv richtige Sichtweise zu den Erscheinungen dieser Welt. Dadurch formiert sich eine Gemeinschaft, die sinnstiftend fungiert und den Mitgliedern eine gewisse Sicherheit und Orientierung in der Welt verspricht. Schon der Blick auf die Geschichte verrät, dass es einen Bereich der menschlichen Natur gibt, der ‚Führung‘ beansprucht, weil sie in eine Gemeinschaft einbindet, entlastet und von dem Zwang der Entscheidung ‚befreit‘. Wie Peter Tepe in einer früheren Arbeit zum Feindbildkomplex bemerkt, sind „Feindbild-Geister, die man rief“³¹², nur höchst beschwerlich zu überwinden und der Blick auf die vergangenen Jahrhunderte enthüllt ihre Zeitresistenz. Auch wenn die BILD nicht die Ausrottung ihrer Feinde propagiert, so kann sich in den Köpfen der Leser jedoch eine Gedankenkette fortführen, die „die Stimmung [erzeugt], die sich zum kollektiven Schrei nach Todesstrafe [...] verdichtet.“³¹³

Die vorliegende Untersuchung hält als Ergebnis fest, dass die BILD für den täglichen Absatz ihrer konkurrenzlos hohen Auflage der Feindbilder bedarf. Als berechtigter Einwand kann jedoch geltend gemacht werden, dass diese Untersuchung zwar feindbildtypische Muster nachweisen konnte, dies jedoch für die Genese von Feindbildern im engeren Sinne nicht ausreicht. Denn dafür müsste systematisch erarbeitet werden, in welchen zeitlichen Abständen welche Diffamierungen in Erscheinung treten. Ein oder wenige Artikel reichen dafür nicht aus. Sogar Weller betont, dass die Kategorisierung kollektiv geschehen muss und dafür bietet die BILD mit ihren Millionen Lesern zwar optimale Voraussetzungen, einen Beweis kann diese Untersuchung aber nicht liefern, da

³¹¹ Voss: Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung, S. 103; Wallraff: Der Aufmacher, S. 57ff.

³¹² Tepe: Grundsätzliches über Feindbilder, S.57.

³¹³ Wallraff: Der Aufmacher, S. 124.

es nicht ihr Ziel war. Es bleibt so zu hoffen, dass die Forschung dem Feindbildkomplex in der BILD-Zeitung oder in den Medien allgemein in Zukunft zunehmend Beachtung schenken wird.

Obgleich die vorangegangene Untersuchung diesem Aspekt keine Aufmerksamkeit widmete, soll zuletzt in den Blick genommen werden, dass die Forschung die Wirkung der Zeitungsartikel relativiert. Die Bilanz von Gudrun Kruips Rekapitulation der Medienforschung vermerkt wenige bis gar keine Auswirkungen der Medien auf Wertehaltung und Einstellung des Rezipienten.³¹⁴ Bei der BILD handelt es sich jedoch um einen besonderen Fall, da sie ihr Überzeugungssystem häufig mit Prädispositionen der Leser mischt.³¹⁵ Gefährlich wird es dann, wenn die Wirklichkeit, die die BILD suggeriert, vom Leser für die Realität gehalten wird und wenn Einstellungen, die der Leser durch die Artikel übernimmt oder die durch die Artikel verstärkt werden, in die Realität übertragen werden. Die Arbeit kommt zu dem Schluss, dass die BILD-Zeitung nur dann relativ unbedenklich gelesen werden kann, wenn sie nicht die einzige Informationsquelle bleibt. Ist man sich der feindbildtypischen Muster und effekthascherischen Methoden der Boulevardpresse und insbesondere der BILD bewusst, sollte es als durchaus legitim angesehen werden, dass gelesen werden darf, was nicht bildet, sondern befriedigt. Und da Menschen sensationsbegierig und neugierig sind, kommt ihnen die BILD gelegen: sie ist unterhaltsam, aufbauschend und damit spannend. Sie ist jedoch auch unsinnig, hetzerisch und manipulativ. Sollte sie deshalb verdammt werden, muss eine Lawine ins Rollen gebracht werden, die die gesamte Medienwelt in Frage stellt. Denn Medien sind das Werk von Menschen. Und so ist auch die Boulevardpresse nicht aus sich selbst heraus manipulativ. Es sind doch die Menschen, die sie formen und zu dem machen, was sie ist – davon kann sich selbst die hohe Literatur nicht freisprechen.

³¹⁴ Vgl. Kruip: Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags, S. 265.

³¹⁵ ‚Der Russe‘ Miller mag beispielsweise bei einigen Lesern alte Vorurteile wiederbeleben.

7 Literaturverzeichnis

Axel-Springer-Verlag: *Qualitative Analyse der BILD-Zeitung*, Hamburg 1966.

Alberts, Jürgen: *Massenpresse als Ideologiefabrik. Am Beispiel „Bild“*, Frankfurt a.M. 1972.

Birds, Elizabeth: *For Enquiring Minds. A Cultural Study of Supermarket Tabloids*, Knoxville 1992.

Böll, Heinrich: *Bild-Bonn-Boenisch*, 2. Aufl., Göttingen 1984.

Bruck, Peter A./Stocker, Günther: *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*, Münster 1996.

Büscher, Hartmut: *Emotionalität in Schlagzeilen der Boulevardpresse. Theoretische und empirische Studien zum emotionalen Wirkungspotential von Schlagzeilen der BILD-Zeitung im Assoziationsbereich „Tod“*, Frankfurt a.M. 1996.

Dombrowski, Kerstin: *Titten-Tiere-Tränen-Tote. Eine Boulevard-Journalistin auf der Jagd*, Hamburg 2008.

Duden: *Die deutsche Rechtschreibung. Das umfassende Standardwerk auf der Grundlage der neuen amtlichen Regeln*, Bd. 1, 23. Aufl., Mannheim 2004.

Dulinski, Ulrike: *Sensationsjournalismus in Deutschland*, Konstanz 2003.

Enzensberger, Hans Magnus: *Der Triumph der BILD-Zeitung oder Die Katastrophe der Pressefreiheit*. In: *Merkur* 6, 1983, S. 651-659.

Faulstich, Werner: *Grundwissen und Medien*, 3. vollständig und stark erweiterte Aufl., München 1998.

Frei, Norbert: *Die Presse/Hörfunk und Fernsehen (1945-1988)*. In: W. Benz (Hrsg.): *Die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bd. 4: Kultur*, Frankfurt am Main 1989, S. 370-416/417-463.

Froschauer, Hermann: *Streicher und „Der Stürmer“*. In: Ogan, Bernd/Weiß, Wolfgang W. (Hrsg.): *Faszination und Gewalt. Zur politischen Ästhetik des Nationalsozialismus*, Nürnberg 1992, S. 41-51.

Ginzel, Günther u.a.: *Mit Hängemaul und Nasenzinken. Erziehung zur Unmenschlichkeit*, Düsseldorf 1984.

Henschel, Gerhard: *Gossenreport. Betriebsgeheimnisse der Bild-Zeitung*, Berlin 2006.

Heppenstiel, Tina: *„Busen-Pfuscher“ und „Kampfhund-Drama“*. *Textgestaltung in der „Bild“-Zeitung*, Saarbrücken 2007.

- Höke, Susanne: *Sun vs. BILD. Boulevardpresse in Großbritannien und in Deutschland*, Saarbrücken 2007.
- Hornshøj-Møller, Stig: *Der ewige Jude. Quellenkritische Analyse eines antisemitischen Propagandafilms*, Göttingen 1995.
- Jordan, Peter: *Presse und Öffentlichkeit*, Frankfurt a.M. 1970.
- Koszyk, Kurz/Pruys, Karl Hugo: *dtv-Wörterbuch zur Publizistik*, 4. Aufl., München 1976.
- Kruip, Gudrun: *Das „Welt“-„Bild“ des Axel Springer Verlags. Journalismus zwischen westlichen Werten und deutschen Denktraditionen*, München 1999.
- Marlow, Jim: *Some Thoughts on the Poetics of the Order of Mediatized Political Discourse: Facts, Fun and Fulmination in the Tabloids*. In: *Contemporary Politics*, Volume 8, Number 4, Abingdon 2002, S. 335-342.
- Meyn, Hermann: *Massenmedien in Deutschland*, Konstanz 2001.
- Meyn, Hermann: *Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland*, Berlin 1985.
- Mittelberg, Ekkehart: *Wortschatz und Syntax der BILD-Zeitung*, Marburg 1967.
- Moll, Martin: *Antisemitismus als Erziehungsinhalt. Ein Kinderbuch aus dem „Stürmer“-Verlag: Entstehung–Rezeption–Wirkung*. In: *Publizistik*, (36) 1991, S. 343-358.
- Osiander, Wolfgang: *Lieblingsthema „Rassenschande“. Julius Streicher und sein antisemitisches Kampfblatt „Der Stürmer“*. In: *Geschichte lernen*, (12) 1999, S. 46-51.
- Saxer, Ulrich u.a.: *20 Jahre Blick. Analyse einer schweizerischen Boulevardzeitung*, Zürich 1979.
- Schmidt, Wilhelm: *Thesen zur Beschreibung und Einteilung von Texten*. In: *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik II*, 1980, S. 77-89.
- Spoo, Eckehart: *Die Opfer müssen sich wehren*. In: Wallraff, Günter (Hrsg.): *Der Aufmacher, Der Mann, der bei Bild Hans Esser war*, 8. Aufl., Köln 2006, S. 229-237.
- Tepe, Peter: *Grundsätzliches über Feindbilder*. In: *Aufklärung und Kritik. Zeitschrift für freies Denken und humanistische Philosophie* 2, 2002, S. 51-60.
- Tepe, Peter: *Kognitive Hermeneutik. Textinterpretation ist als Erfahrungswissenschaft möglich*, Würzburg 2007.
- Tepe, Peter/Semlow, Tanja: *Mythisierung des Gegners: Feindbilder*. In: *Mythos 3* (erscheint 2009), Manuskript.

Vermes, Timur: *Gedruckter Aufschrei!* In: *Insight. Markt und Management für Journalisten*, 2003, S. 12-16.

Voss, Cornelia: *Textgestaltung und Verfahren der Emotionalisierung in der BILD-Zeitung*, Frankfurt a.M. 1999.

Wallraff, Günter: *BILDstörung. Ein BILD-Handbuch*, Köln 1984.

Wallraff, Günter: *Der Aufmacher. Der Mann, der bei Bild Hans Esser war*, 8. Aufl., Köln 2006.

Weller, Christoph: *Warum gibt es Feindbilder?* In: Hippler, Jochen/Lueg, Andrea (Hrsg.): *Feindbild Islam oder Dialog der Kulturen*, Hamburg 2002, S. 49-58.

Internet

AxelSpringer.de: *Publikation des Axel-Springer-Konzerns*, online unter: http://www.axelspringer.de/publikationen/cw_publikation_de_571350.html [Stand: 2.3.2009].

Bild.de: *Bild-Fakten*, online unter: <http://www.bild.de/BILD/news/fakten/bild-und-die-fakten.html> [Stand: 19.3.2009].

Bild.de: *Bild ist jetzt Online-Milliardär* vom 9.2.2009, online unter: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2009/02/09/historischer-rekord-fuer-bild-de/1-milliarde-page-impressions-im-januar-2009.html> [Stand: 10.2.2009].

Bild.de: *Mahnwachen für die Opfer* vom 30.4.2008, online unter: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/04/30/inzest-mahnwachen/ermittler-fahnden.html> [Stand: 2.3.2009].

Bild.de: *Ausgezeichnet! Die besten Journalisten 2009* vom 20.1.2009, online unter: <http://www.bild.de/BILD/berlin/aktuell/2009/01/20/journalisten-preis-prometheus/bild-journalisten-werden-ausgezeichnet.html> [Stand: 9.3.2009].

Bildblog.de: *„Bild“ entwürdigt und verletzt* vom 2.12.2004, online unter: <http://www.bildblog.de/359/bild-entwrdigt-und-verletzt/> [Stand: 3.3.2009].

Bildblog.de: *„Bild“-Wörterbuch*, online unter: <http://www.bildblog.de/woerterbuch.php> [Stand: 10.2.2009].

Bildblog.de: *Wir basteln uns einen neuen Florida-Rolf* vom 4. März 2009, online unter: <http://www.bildblog.de/1042/wir-basteln-uns-einen-neuen-florida-rolf/> [Stand: 6.3.2009].

FR-online.de: Thieme, Matthias: *Günther Wallraff. „Bild noch immer Vernichtungsmaschinerie“*. In: *Frankfurter Rundschau* vom 15.10.2008, online unter: http://www.fr-online.de/top_news/?em_cnt=1613298&em_loc=2091 [Stand: 5.2.2009].

Guenter-Wallraff.de: Kühn, Alexander: *Der Mann, der Günther Wallraff ist*. In: *Die Tageszeitung* vom 8./9. Juni 2002, online unter: <http://www.guenter-wallraff.com/taz-mag6-02.html> [Stand: 5.2.2009].

Newsclick.de: *Interview von Henrik Zein mit Günther Wallraff*. In: *Braunschweiger Zeitung* vom 21.10.2008, online unter: <http://www.newsclick.de/index.jsp/artid/9313385/menuid/472005> [Stand: 19.3. 2009].

Sueddeutsche.de: Bauchmüller, M. u.a.: *Gas-Streit: Europa geht das Gas aus*. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 7.1.2009, online unter: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/804/453494/text/> [Stand: 6.3.2009].

Tagesspiegel.de: *Interview mit Hans-Werner Sinn*. In: *Tagesspiegel* vom 27.10.2008, online unter: <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/Finanzen-Finanzkrise;art130,2645880> [Stand: 5.3.2009].

8 Anhang: Abdruck der behandelten Zeitungsartikel

Abb. 1	Steinmeier in Nahost und Baby-Äffchen	90
Abb. 2	Familienvater läuft Amok	91
Abb. 3	Verona Pooths Verwicklung in Korruptions-Skandal	92
Abb. 4	Maria-Elisabeth Schaeffler bangt um ihr Vermögen	93
Abb. 5	Das letzte Telefonat Ralph Burkeis	94
Abb. 6	Beispiel: Startseite Bild.de vom 8.2.2009	96
Abb. 7	Auszug: Papst-Desaster	97
Abb. 8	Bild schenkt ihnen nur gute Nachrichten!	98
Abb. 9	Stürmer-Ausgabe: Der Jude und die deutsche Frau	99
Abb. 10	<i>Stürmer</i> -Sonderausgabe: Jüdischer Mordplan	101
Abb. 11	Auszug aus dem <i>Stürmer</i> vom Mai 1944	102
Abb. 12	Günter Wallraff – Der Untergrundkommunist	103
Abb. 13	Studentenrevolte 1969	104
Abb. 14	Das Gesicht des Terrors	105
Abb. 15	Terroristen töten im Drogenrausch	106
Abb. 16	Der Killer mit dem Baby-Gesicht	107
Abb. 17	Die Fratzen des Bösen	108
Abb. 18	Der grinsende Russe	109
Abb. 19	Karibik-Klaus	111
Abb. 20	Mallorca-Karin	112
Abb. 21	Der große Hartz-IV-Report	113
Abb. 22	Freche Hartz-IV-Empfängerin vor Gericht	116
Abb. 23	Gier-Banker	117
Abb. 24	Alica Schwarzer macht BILD-Werbung	118

Abb. 1 Steinmeier in Nahost und Baby-Äffchen

NEWS Politik Wirtschaft Vermischtes Leser-Reporter

A portrait of Frank-Walter Steinmeier, the German Foreign Minister at the time, wearing glasses and a dark suit, speaking at a podium with a blue background featuring the European Council logo.

STEINMEIER IN NAHOST
Kann er den Frieden bringen?
Angriffe trotz UN-Resolution. Der Krieg zwischen Israel und der Hamas geht weiter. Frank-Walter Steinmeier will vermitteln. Wie erfolgreich wird er sein? [mehr...](#)

A photograph of a small, brown baby monkey clinging to the back of a white pigeon. The pigeon is standing on a dark, textured surface, and the monkey is holding onto its feathers.

BABY-ÄFFCHEN
Meine Mama ist ein Täubchen
Dieses 12 Wochen alte Makaken-Äffchen wurde in China von seiner Mutter verstoßen und von einer Taube adoptiert. Die ist jetzt seine Ersatzmama. [mehr...](#)

Quelle: Startseite Bild.de [Stand: 10.1.2009].

Abb.2 *Familienvater läuft Amok*



FAMILIENDRAMA

Hier küsst der Killer sein Opfer

Es war der schönste Tag in ihrem Leben. Ein Jahr nach diesem Hochzeitsfoto tötet der Mann die Frau, die er hier liebkost, und ihre beiden Kinder. [mehr...](#)

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/home/news.html> [Stand: 22.2.2009].

Abb. 3 Verona Pooths Verwicklung in Korruptions-Skandal

KORRUPTIONS-SKANDAL UM FRANJO POOTH  

Wie viel wusste Verona?

BANK-CHEF WURDE GESTERN BEURLAUBT

VON S. KÜRTHY UND J. OFFERMANN S

„Er hat ein Wahnsinns-Talent, irgendwelche Banken um den Finger zu wickeln.“ (*Verona Pooth in einem Interview über Ehemann Franjo*)

Haben Bank-Vorstände Franjo Pooth (38) einen Millionen-Kredit gewährt, weil sie von ihm teure Geschenke bekamen?

Die Affäre um die Millionen-Kredite für Franjo Pooths Pleite-Firma „Maxfield“ forderte gestern sein erstes Opfer. Sparkassen-Vorstand Karl-Heinz Stiegemann wurde mit sofortiger Wirkung zunächst für zwei Wochen freigestellt.

Ihm war vorgeworfen worden, mit zwei Flachbildschirmen und einem Davidoff-Feuerzeug (Wert: 655 Euro) von Franjo Pooth geschmiert worden zu sein (BILD berichtete). Die Stadtsparkasse hatte der Pooth-Firma trotz massiver Bedenken aus dem Verwaltungsrat einen Kredit in Höhe von 9,2 Millionen Euro gewährt.

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/leute/star-news/2008/02/21/verona-pooth/franjo-steuerskandal-wieviel-wusste-verona.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb.4 Maria-Elisabeth Schaeffler bangt um ihr Vermögen



Quelle: <http://www.bild.de/BILD/politik/home/politik.html> [Stand: 22.2.2009].

Abb.5 Das letzte Telefonat Ralph Burkeis



DAS LETZTE TELEFONAT DER DEUTSCHEN GEISEL († 51)



„Wenn nicht bald jemand kommt, sterbe ich!“

ERSCHÜTTERNDE AUGENZEUGENBERICHTE DEUTSCHER TOURISTEN +++ MÜNCHNER TOT

Es war seine letzte Nacht in Bombay - es wurde die Nacht seines Todes: Der deutsche Medienunternehmer Ralph Burkei († 51) starb auf der Flucht vor den Terroristen!

AKTUELL



ANGRIFF AUF INDIEN
DA S HIER
IST KRIEG!

PETER SCHOLL-LATOUR
TERROR IN DER GEFÄHR-
LICHSTEN ECKE DER WELT

AKTUELL



KARTE MIT
DEN ZIELEN
DER ANSCHLÄGE

Durch SMS und Telefonanrufe nach Deutschland sind Burkeis letzte Minuten dokumentiert.

- Um 23.30 Uhr deutscher Zeit erreichte den Rechtsanwalt Aribert Wolf (49) eine SMS seines guten Freundes Burkei: „Wir sind im 6. Stock. Überall wird geschossen. Wir sitzen fest, wir wissen nicht, wie wir rauskommen sollen.“

- Wolf sah alles im Fernsehen, schickte eine Antwort nach Indien: „Das sind Terroristen. Sie nehmen Geiseln. Sie suchen Engländer und Amerikaner.“

- Drei Minuten später ein Anruf, Burkei! „Ich liege hier auf einem Dach. Ich habe mir wahrscheinlich die Hüfte gebrochen. Die Uti liegt neben mir.“

Der Unternehmer und seine Freundin Ute B. waren vor Angst aus ihrem Zimmer gestiegen, wollten über die Fassade klettern. Sie stürzten aus dem 6. Stock auf ein Vordach.

Aribert Wolf: „Ich besorgte mir über das Auswärtige Amt die Telefonnummer des deutschen Konsulats in Bombay, gab dem Beamten die Position von Ralph und Ute durch.“ Vergebens! Hilfskräfte konnten nicht durchkommen.

- Minuten später meldete sich Burkei wieder bei seinem Freund: „Wenn nicht bald jemand kommt, dann sterbe ich!“



Er konnte sich nicht mehr aus eigener Kraft bewegen, seine Freundin schleppte sich – trotz gebrochener Wirbelsäule – in ein Zimmer. Über ihr Handy wollte das Konsulat sie zu einem sicheren Ort lotsen, die Frau antwortete: „Ich kann nicht. Draußen wird immer noch geschossen.“

Um 2 Uhr indischer Zeit hatten die Sicherheitskräfte die Lage unter Kontrolle. Sanitäter kamen, aber Burkei konnte nicht durchs Hotel getragen werden. Ein Kran musste aufgebaut werden, um ihn vom Dach heben zu können. Das dauerte noch einmal kostbare zehn Minuten. Seine Freundin sagte am Telefon: „Der Ralph ist ganz schlecht beieinander, aber er lebt noch.“

Zehn Minuten später ein neues Gespräch. Burkeis Freundin: „Der Ralph ist ganz still. Ich glaube er ist tot, gestorben.“

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/11/28/bombay/telefonat-der-deutschen-geisel-ralph-burkei.html##> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 6 Beispiel: Startseite Bild.de vom 8.2.2009



BALLACK-PLEITE

Gegen Hull stand die Null

Oje, was war denn das, Mister Ballack? Für seinen Klub FC Chelsea stand Samstag gegen Aufsteiger Hull die Null – aber auf beiden Seiten. [mehr ...](#)



KARLSRUHER SC - HSV 3:2

HSV zu dumm für den Titel

Vor dem Spiel waren sie Meisterschaftskandidaten. Danach schlurften die Hamburger wie belämmert vom Platz. Ist der HSV zu dumm für den Titel? [mehr ...](#)

RAMBO-ZUHÄLTER Er renkte seiner Hure den Kiefer aus
HEIKO K. (39) Grusel-Mörder will schnell nach München
GEIZ IST GEIL! Hier wartet München auf billiges Brot

Quelle: Startseite Bild.de [Stand: 8.2.2009].

Abb. 7 Auszug: Papst-Desaster

DER HIRTE UND SEINE WÖLFE |  | 

Wer trägt Schuld am Papst-Desaster?

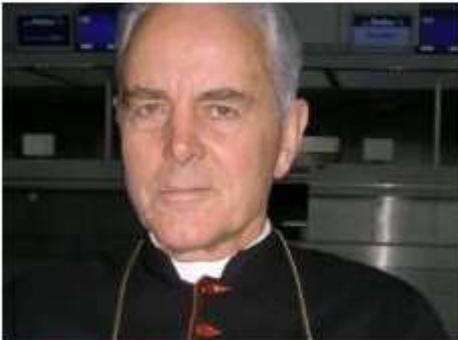
VON ANDREA S ENGLISCH

Bild
am Sonntag

Wer die Fotos des Papstes in diesen Tagen sieht, der sieht einen geschwächten Mann. Die dunkel umschatteten Augen liegen tief in den Höhlen, das schmale Gesicht ist gerötet, die Haut zeigt die Anspannung.

Benedikt XVI. (81) erlebt die schwerste Krise seines vierjährigen Pontifikats. Er hat sie wohl nicht selbst verschuldet. Aber er trägt die Verantwortung. Und er trägt schwer daran.

HINTERGRUND



Die Alpträume dieser Welt warten jeden Morgen auf den Papst. In seine Gebetsbank legen die Memores (lateinisch: Erinnerer), das sind Angestellte des Apostolischen Palastes, jeden Tag die Briefe Verzweifelter und Hilfesuchender, die darauf hoffen, dass der Heilige Vater für sie betet.

Es ist leise um diese Zeit im päpstlichen Appartement, es ist kurz nach sechs. Benedikt XVI. kniet an seiner Gebetsbank, entfaltet einen Brief nach dem anderen, hält Zwiesprache mit Gott. Er bittet um Gnade für eine Barbara, einen Matthew, irgendwo auf der Welt, die mit dem Schicksal ringen.

Einsamkeit, Verzweiflung gibt es in diesen Tagen auch in der nächsten Umgebung des Papstes. Dario Castrillón Hoyos (79), der Kardinal aus Kolumbien, ein enger Vertrauter von Benedikt, dürfte solche Not peinigen. Er soll einen kolossalen Fehler begangen und Benedikt in die schwierige Lage gebracht haben.

**HOLOCAUST-LEUGNER
WILLIAMSON DEMÜTIGT
DEN PAPST**

**UMFRAGE
DER PAPST HAT DEM ANSEHEN
SEINER KIRCHE GESCHADET**

**WEGEN PILLE
VATIKANSENDER ENTLÄSST
PHARMACHEF**

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/vermischtes/2009/02/08/vatikan/wer-ist-schuld-am-holocaust-skandal.html> [Stand: 8.2.2009].

Abb. 8 Bild schenkt Ihnen nur gute Nachrichten!



Quelle: Startseite Bild.de [Stand: 24.12.2008].

Der Stürmer, Nr. 42, Nürnberg im Oktober 1931, Seite 3

Der Jude und die deutsche Frau

Der Jude ist der geborene Rasseschänder. Er gehört selbst keiner Rasse an, die aus der Natur herausgewachsen wäre. Das jüdische Volk ist vielmehr das Rischprodukt des Auswurfes zahlloser Stämme und vieler Rassen. Verbrecherische Auswürlinge aus den verschiedensten Völkern schlossen sich einst unter der Führung des Gesetzgebers Moses in der Wüste zusammen und bildeten das jüdische Volk. So entwickelte sich durch jahrtausendlange Inzucht eine Roter rasse, die wir im heutigen Juden vor uns sehen. Dieser wird durch sein Blut getrieben, alle anderen Rassen und Völker zu verderben und zu zersehen. Er wird durch sein Blut und durch die ihm angeborene, abnorme Sinnengier getrieben, nichtjüdische Frauen und Mädchen zu schänden. Seine talmudischen Gesetze gestatten ihm dies, aber sie verbieten ihm sich mit Nichtjüdinnen ehelich zu verbinden. Wie streng der Jude diese Gesetze einhält, sehen wir täglich vor unser aller Augen. Einen geradezu verstüßenden Beweis hierfür hat der Jude in Spanien geliefert. Dort wurde er vor sechshundert Jahren gezwungen, sich katholisch taufen zu lassen. Er tat's, aber er blieb Jude und heiratete nur unter sich. So hat er sich in Spanien auch als jüdisches Volk erhalten. Bis in diese Tage hinein, in denen er seine Maske ablegte und sich wieder offen als Jude zu erkennen gab.

Durch die dauernden Schändungen aber zersezt und vergiftet der Jude die nichtjüdischen Völker, in deren Mitte er sich aufhält. Auch das deutsche Volk ist dieser Zersezung schon seit langer Zeit ausgeliefert. Dies haben die Nationalsozialisten, dies hat insbesondere ihr Führer Adolf Hitler erkannt. In seinem Buche „Mein Kampf“ schreibt er darüber:

„Man halte sich die Verwüstungen vor Augen, welche die jüdische Bastardierung jeden Tag an unserem Volke anrichtet und man bedenke, daß diese Blutvergiftung nur nach Jahrhunderten oder überhaupt nicht mehr aus unserem Volkskörper entfernt werden kann. Man bedenke weiter, wie diese rassische Zersezung die letzten arischen Werte unseres Volkes herunterzieht, ja, oft vernichtet, so daß unsere Kraft als kulturtragende Nation ersichtlich mehr und mehr im Rückgange begriffen ist und wir der Gefahr anheimfallen, wenigstens in den Großstädten dort hin zu kommen, wo Süditalien heute bereits ist. Diese Verpeftung unseres Blutes, an der Hunderttausende blind vorübergehen, wird aber vom Juden heute planmäßig betrieben. Planmäßig schänden diese schwarzen Völkerparasiten unsere unerfahrenen jungen, blonden Mädchen und zerstören dadurch etwas, was auf dieser Welt nicht mehr ersetzt werden kann. Beide, jamaohl beide christliche Konfessionen sehen dieser Entweihung und Zerföderung eines durch Gottes Gnade der Erde gegebenen idlen und einzigartigen Lebewesens gleichgültig zu. Für die Zukunft der Erde liegt aber die Bedeutung nicht darin, ob die Protestanten die Katholiken, oder die Katholiken die Protestanten besiegen, sondern darin, ob der arische Mensch ihr erhalten bleibt oder ob er ausstirbt...“



Mit kalter berechnender Selbstverständlichkeit, so eigentlich im Vorbeigehen und ohne die „Gaja“ (die nach dem Talmud nur ein „Tier in Menschengestalt“ ist) anzusehen, wird die Sache ausgemacht.



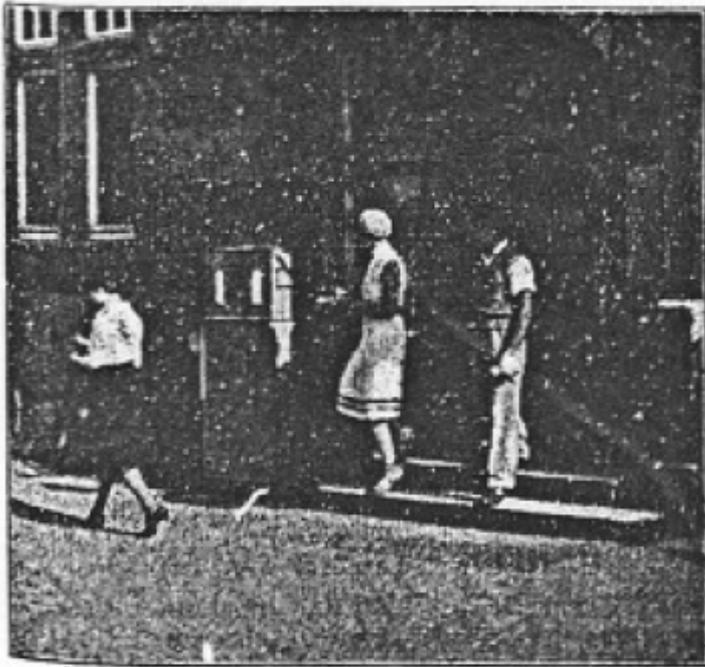
Die Verabredung ist getroffen. Der Jude schaut sein Opfer an und reicht ihm die Hand. Die Artvergeßene schlägt ein.

* * *

In einem nationalsozialistischen Deutschland wird solches nicht mehr vorkommen. In einem nationalsozialistischen Deutschland wird jeder Jude, der sich an eine Nichtjüdin zum Zwecke der Rassenschändung heranmacht, im Zuchthaus verschwinden.

Blind gehen daran Hunderttausende, ja Millionen Volksgenossen vorüber. Blind taumeln sie dahin und sehen nicht, daß es der jüdische Spaltpilz, der jüdische Rassefäuler ist, der die nichtjüdischen Völker zu Grunde richtet.

Wie es der Jude nun schon seit Jahrzehnten in Deutschland treibt, wie er auf offener Straße sich an die Opfer seiner Gier und seines schändlichen Planes heranmacht, soll in Folgendem durch drei Bilddokumente der Deutlichkeit gezeigt werden. Ein Deutscher, der mit seinem Lichtbildapparat und mit offenen Augen durch die Straßen ging, machte die Aufnahmen. Hier sind sie:



Eine blonde Nichtjüdin verläßt das Postamt in der Karolinenstraße. Ein Jude hat sie erspäht und folgt ihr, bereit, sie anzusprechen.

Quelle: Der Stürmer, Nr. 42, Nürnberg Oktober 1931, S.3.

Abb. 10 Stürmer-Sonderausgabe: Jüdischer Mordplan

Preis 30 Pfennig

Ritualmord-Nummer

Stürmer

antisches Wochenblatt zum Kampfe um die Wahrheit
HERAUSGEBER: JULIUS STREICHER

Sonder-Nummer 1	Nürnberg, im Mai 1934	12. Jahr 1934
-----------------	-----------------------	------------------

Jüdischer Mordplan

gegen die nichtjüdische Menschheit aufgedeckt

Das Mördervolk

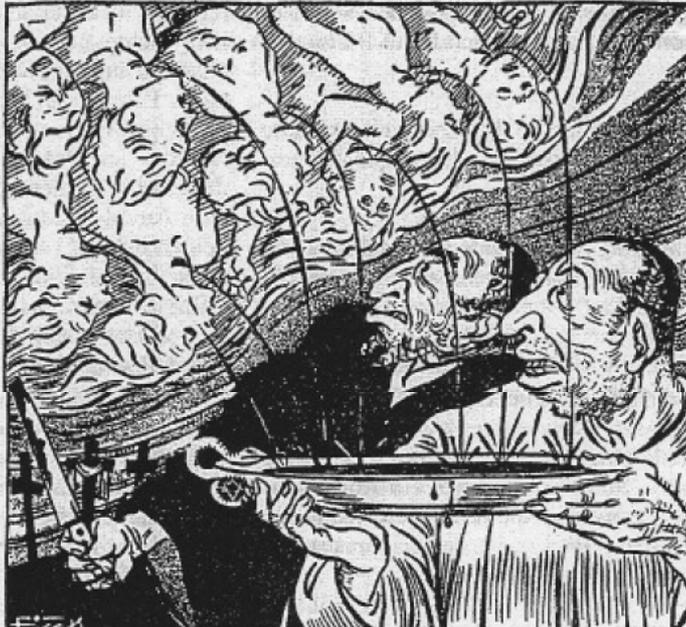
Die Juden stehen in der ganzen Welt in einem furchtbaren Verdacht. Wer ihn nicht kennt, der kennt die Judenfrage nicht. Wer die Juden nur ansieht, wie Heinrich Heine (Kölnen Hühners) sie beschrieb: „Ein Volk, das zu reinem Unierhalt mit Schächeln und alten Hosen handelt und dessen Uniform die langen Ketten sind.“ der ist auf falschem Wege. Wer aber weiß, wozu eine ungeheuerliche Anlage schon seit Jahrhunderten gegen die Juden errichtet wird, dem erscheint dieses Volk in einem anderen Lichte. Er sieht in ihnen nicht nur ein eigenartiges, seltsam amüsantes Volk, er sieht in ihnen Verbrecher und Mörder und Teufel in Menschengeßalt. Und es überkommt ihn gegen dieses Volk ein heiliger Ekel und Haß.

Der Verdacht, in dem die Juden stehen, ist der des Menschenmordes. Sie werden beschlachtet, nichtjüdische Kinder und nichtjüdische Erwachsene an sich zu locken, sie zu schlachten und ihnen das Blut abzusaugen. Sie werden beschlachtet, dieses Blut in die Wägen (ungeführtes Brot) zu verpacken und auch sonstige ebergesährliche Handelt damit zu treiben. Sie werden beschlachtet, ihre Körper, besonders die Kinder, dabei furchtbar zu martern und zu foltern. Und während dieses furchtbaren Verbrechens, Stiche und Gewaltschreie gegen die Nichtjuden anzuhören. Dieser planmäßig betriebene Menschenmord hat eine besondere Bezeichnung, er heißt **Ritualmord**.

Das Wissen vom jüdischen Ritualmord ist schon Jahrtausende alt. Es ist so alt wie die Juden selbst. Die Nichtjuden haben es von Generation zu Generation überliefert. Es ist uns durch Schriften überliefert. Es ist aber auch in der kreiten Volkswaise vorhanden. In den verschiedensten Völkern der Welt sieht man auf dieses Wissen. Der Kinde sprach von ihm zu seinem Enkel. Und dieser wieder trug es weiter auf Kinder und Kindeskiner. So vererbte es sich bis zum heutigen Tag.

Es ist auch in den anderen Völkern vorhanden. Wo irgendwo in der Welt eine Leiche gefunden wird, die die Angelegenheit des Ritualmordes trägt, erhebt sich sofort laut und groß die Klage. Sie richtet sich überall nur gegen die Juden. Hunderte und aberhunderte von Völkern, Stämmen und Rassen bewahren den Erbteil. Niemand denkt daran, sie des planmäßigen Menschenmordes zu beschuldigen und sie als Mördervolk zu bezeichnen. Den Juden allein wird diese Klage aus allen Völkern ausgegessen. Und viele große Männer haben

Judenopfer



Durch die Jahretausende vergoß der Jud, geheimen Ritus folgend, Menschenblut
Der Teufel sitzt uns heute noch im Nacken, es liegt an Euch die Teufelsbeute zu packen

Die Juden sind unser Unglück!

Quelle: Titelblatt der Stürmer-Sondernummer ‚Ritualmord‘, Nürnberg Mai 1934.

Abb. 11 *Auszug aus dem Stürmer vom Mai 1944*

„Genauso, wie der einzelne Mensch sich nur dann ansteckender Krankheiten zu erwehren vermag, wenn er den Krankheitserregern, den Bazillen, den Kampf ansagt, so kann die Welt erst dann wieder genesen, wenn der furchtbarste Bazillus aller Zeiten, der Jude, beseitigt ist. Es hilft nichts, die Erscheinungen der Weltkrankheit zu bekämpfen, ohne die Krankheitserreger selbst unschädlich zu machen. [...] Sollen aber die Völker wieder gesund werden und auch in Zukunft gesund bleiben, dann muss der Bazillus der jüdischen Weltpest mit Stumpf und Stil vernichtet werden.“

Quelle: zit. nach: Froschauer, Hermann: Streicher und „Der Stürmer“. In: Ogan, Bernd/Weiß, Wolfgang W. (Hrsg.): Faszination und Gewalt. Zur politischen Ästhetik des Nationalsozialismus, Nürnberg 1992, S. 50.

Abb. 12 Günter Wallraff – Der Untergrundkommunist

Ein „Untergrund-Kommunist“ schlich sich ein

rb Hamburg, 23. Juli

Günter Wallraff war drei Monate unser Kollege. Wallraff, der sich unter falschem Namen schon bei Gerling und anderen Firmen und Institutionen einschlich, hat sich auch bei BILD eingeschlichen. Wallraff, den man laut Gerichtsbeschuß ungestraft einen „Untergrundkommunisten“ nennen darf.

Er kaute gern auf Gras und auf Blättern, kippte auch schon morgens mal ein Glas Whisky „Ballantines“, löföhte Vitaminpulver und fluchte, wenn er beim Tischtennis verlor. Er beugte immer tief den Rücken, konnte keinem so recht in die Augen schauen, sprach allzuoft mit sanfter Stimme „Jawohl“.

Er habe bei einer Werbeagentur in Düsseldorf gearbeitet, und nun wolle er sehen, wie man Journalist wird.

Diese Geschichte war so falsch wie der Name: Hans Esser. Er ließ sich einen Hauspaß auf diesen Namen ausstellen, sprach damit als Reporter

bei Lesern und Behörden vor, und an seinem Telefon meldete sich eine Frauenstimme nur mit „Hallo“.

Er schlief dort in einer Kommune — heute sagt man Wohngemeinschaft dazu.

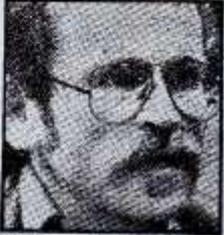
Er tarnte sich gut; verdiente auch gut: 8455 Mark in drei Monaten, denn er hat Talent zum Schreiben.

Er spielte falsch und niederträchtig mit den Kollegen, die ihn als echten Kollegen aufgenommen hatten.

Vor genau einem Monat meldete er sich ab, mit Magenschmerzen. Seitdem ist er wieder im Dunkeln verschwunden, aus dem er sich anschlich. Und schreibt nun wohl, was er alles in der BILD-Lokal-Redaktion Hannover erlebt haben will.

Er wird einen Kübel voll Jauche ausgießen, dieser falsche Kollege. Sei's drum.

Immerhin hat er sich bei uns das Rauchen abgewöhnt — wohl weil er so viel arbeiten mußte.

Ein Untergrundkommunist schlich sich ein: Wallraff. Natürlich ohne Bart. So kannt ihn jeder ...

Quelle: Hamburger Regionalausgabe der BILD-Zeitung vom 23.7.1977; entnommen aus: Günter Wallraff: Der Aufmacher. Der Mann, der bei Bild Hans Esser war, 8. Aufl., Köln 2006, S. 222.

Abb. 13 Studentenrevolte 1969



Quelle: Kommentar zu Demonstrationen gegen den israelischen Botschafter Asher Ben Natan, In: BILD-Zeitung vom 11.6.1969, S.1; entnommen aus: Jürgen Alberts: Massenpresse als Ideologiefabrik. Am Beispiel „Bild“, Frankfurt a.M. 1972, Dokumenten-Anhang.

Abb. 14 Das Gesicht des Terrors



Das neue Gesicht des Terrors

IMMER NEUE SCHRECKLICHE DETAILS ++ SIE SCHIESSEN SOGAR AUF BABYS ++ ALLE FOTOS, ALLE VIDEOS VON DEN ANSCHLÄGEN IN BOMBAY

Das Terror-Massaker von Indien: Immer neue, schreckliche Details zu den Anschlügen in Bombay dringen an die Öffentlichkeit



Einer der mutmaßlichen Terroristen am größten Bahnhof Bombays

Im Hotel Oberoi hat die Polizei 24 Leichen entdeckt, von Terroristen umgebracht. Damit erhöht sich die Zahl der Toten auf mehr als 150 Menschen. Auch ein Deutscher kam ums Leben.

Die Attentäter schossen auf alles, was sich bewegte: alte Menschen, Frauen, Babys

Ein deutscher Tourist: „Sie sind mit riesigen Gewehren und Patronengürteln durch die Straße gestürmt, haben auf alles geschossen.“ Die Mörder feuerten aus fahrenden Autos.

AKTUELL



TERROR IN BOMBAY
DEUTSCHE GEFANGEN
AUF HOHEN WEGEN

RALPH DURKID
DIE LETZTEN MINUTEN
DES
DEUTSCHEN
FERNSEHENS

ANGRIFF AUF INDIE
WAS HEUTE
IST KRIEG

PETER SCHILL-LATOUR
FERNSEHEN IN DER
GERÄUSCHIGSTEN
WELT

Die schreckliche Aktion war genau geplant – alle Ziele wurden fast gleichzeitig attackiert

Der Terror hat ein neues Gesicht: Junge Männer, westlich gekleidet, mit Sportschuhen und T-Shirts – und sie lächeln, wenn sie töten

„Die Männer waren 20 bis 25 Jahre alt, sehr aggressiv“, erinnert sich ein britischer Tourist, der gerade noch entkommen konnte. Andere Zeugen berichten, die Attentäter hätten wahllos in die Menge gezielt, in Cafés, Restaurants, in den Hotels.

Die Kämpfe dauern seit Tagen an. Am Tag, in der Nacht, auf der Straße. Überall! Menschen haben keine Deckung mehr, wissen nicht, woher die tödlichen Kugeln fliegen!

Einzelne Attentäter verschanzen sich mit Gabeln scheinbar ohne Muster in Hotels. Die Anschläge sind nicht mehr nur einer Gruppe zuzuordnen.

Bisher hat sich eine unbekannte Terror-Gruppe namens Deccan Mudschaheddin zu dem Blutbad bekannt. Ein Verdächtiger soll der berühmtesten muslimischen Terrorgruppe mit Wurzeln in Pakistan angehören, Lashkar-e-Toiba (Armee der Reinen).



**Das Archiv
des Terrors**

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/11/28/bombay-indien-das-neue-terror-gesicht-neue-details-alle-bilder-videos.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 15 Terroristen töten im Drogenrausch

VOLLGEPUMPT MIT LSD UND KOKAIN

📄 | 📧

Terroristen töteten im Drogenrausch

++ ANGEBLICHEN DRAHTZIEHER DER BOMBAY-ANSCHLÄGE IDENTIFIZIERT ++

Auferissene Augen, geweitete Pupillen, diabolisches Grinsen. So metzelten die Terroristen von Bombay die Menschen nieder, steigerten sich in einen wahren Blutrausch.

AKTUELL
ENHÜLLT!
DAS PROTOKOLL DER BOMBAY-ANSCHLÄGE

AKTUELL



BOMBAY-ATTENTAT
„MEIN RALPH STARB MIT EINEM LÄCHELN“

TERRORENGANGST IN BOMBAY
SIND NOCH FÜNF ATTENTÄTER AUF DER FLUCHT?

NACH BOMBAY-IERIKOK
DROHT JETZT EIN NEUER KRIEG?

MEHR VERMISCHTES

Die Mörder von Bombay – bei ihren Bluttaten waren sie umnebelt von harten Drogen.

Die indischen Terror-Experten fanden an den Anschlagorten Rauschgift, Reste von LSD und Kokain. Auch im Blut der Terroristen wurden Rückstände von Aufputzmitteln gefunden.

Ein Ermittler: „Nur so konnten sie 50 Stunden ohne Schlafen, Essen und Trinken durchhalten

Nach neuesten Erkenntnissen wurden die hinterhältigen Mörder von der Extremistengruppe Lashkar-i-Toiba ausgebildet. Drahtzieher der Anschläge soll nach Berichten des „Wall Street Journal“ einer der Chefs der pakistanischen Gruppe gewesen sein.

Yusuf Muzamil habe per Satelliten-Telefon zwzw Tage vor den Attacken mit den Angreifern gesprochen. In einem Handy, das in einem entführten Fischerboot gefunden wurde, sollen zudem sein Name sowie die Namen von vier weiteren Rebellenführern gespeichert gewesen sein.

Die Extremistengruppe Lashkar-i-Toiba wird von dem pakistanischen Geistlichen Maulana Masood finanziert. Sie wird auch für den Anschlag auf das indische Parlament im Jahr 2001 verantwortlich gemacht.

Unterdessen versuchen die Politiker, den eskalierenden Konflikt zwischen Pakistan und Indien einzudämmen. So hat die pakistanische Regierung Indien die Einsetzung einer gemeinsamen Kommission zur Aufklärung der Anschläge in Bombay vorgeschlagen. Pakistan sei bereit, sich an so einem Gremium zu beteiligen, um die Ermittlungen zu den Angriffen zu unterstützen, sagte Außenminister Shah Mehmood Qureshi.

Auch Indien scheint einlenken zu wollen. Es plane keine Militäraktion gegen Pakistan, sagte der indische Außenminister Pranab Mukherjee nach einer Sitzung des Nationalen Sicherheitsrats.

Bei dem Treffen des Gremiums mit Vertretern des Verteidigungsministeriums, des Außen- und des Innenministeriums sowie des Militärs wurde über das Vorgehen der indischen Sicherheitsbehörden nach den Anschlägen beraten. Indien forderte Pakistan jedoch zur Auslieferung von Terrorverdächtigen auf.

Ein Vertreter des indischen Außenministeriums hatte tags zuvor gesagt es habe einen „enormen Rückschlag“ im Vertrauensverhältnis mit Pakistan gegeben. Die Angreifer stammten „alle“ aus dem Nachbarland.

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/12/02/bombay-terror/terroristen-toeteten-im-drogenrausch.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 16 Der Killer mit dem Baby-Gesicht



BLUTBAD VON BOMBAY

Wer ist der Killer mit dem Babygesicht?

VON CHRISTINA NALC

Seelenruhig ging er durch den Hauptbahnhof von Bombay, eine AK-47 in der Hand, der Kopf zugehörnt mit Kokain. Drei Stunden lang schoss er mit einem Komplizen um sich, tötete mindestens 56 Menschen.

AKTUELL

INDIEN
TERRORISMIEN
AN FLUGHÄFEN

ISLAMISIERUNG
WICHTIG FÜR DIE
ZWISCHEN
INDIEN UND PAKISTAN

Azam Amir Kasav (24) – der Killer mit dem Babygesicht. Er ist der einzige Überlebende der zehn Terroristen, die vergangene Woche **Bombay** zur Hölle gemacht hatten (172 Tote, Hunderte Verletzte).

Wer ist der Killer mit dem welchen Gesicht? Wo kommt Kasav her?

Seit Tagen wird Kasav von indischen Spezialisten verhört. Die Ermittler sind sich sicher, Kasav (24) kommt aus Pakistan, entstammt einer armen Familie aus dem Dorf Faridkot im Süden der pakistanischen Provinz Punjab.

„Wir haben das überprüft“, sagte Deven Bharti, einer der Vernehmungsbeamten, der Londoner „Times“. „Wir wissen, dass sein Vater in dem Dorf einen Lebensmittelkiosk betrieb.“

Kasav selbst ging in der 4. Klasse von der Schule ab, zog früh von Zuhause aus.



Terrorist: Azam Amir Kasav (24)

Im Verhör ist Kasav überraschend gesprächig. Er soll gestanden haben, vor zwei Jahren von der militanten Organisation „Lashkar-e-Taliba“ (Armee der Frommen) angeheuert und 18 Monate lang ausgebildet worden zu sein.

Danach durchlief Kasav etliche Training-Camps, lernte den Umgang mit Sprengstoff und Waffen, man brachte ihm bei, Geiseln zu nehmen, sie in Schach zu halten.

Kommissar Bharti: „Niemand sollte daran zweifeln: Er ist ein hoch ausgebildeter Mörder.“

Für die Paten des Terrors war Kasav leicht zu rekrutieren, leicht umzudrehen. Erstmals war er wichtig, hatte eine Aufgabe, sagen Ermittler.

„Ihm wurde weisgemacht, er würde etwas Heiliges machen.“

Für die Anschläge in Bombay wurde er angeblich aus einer Gruppe von 24 Terrorkandidaten ausgesucht, die alle bereit waren im Kampf zu sterben.

MENN
VERMISCHTES

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/12/04/blutbad-von-bombay/wer-ist-der-killer-mit-dem-babygesicht.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 17 Die Fratzen des Bösen



SIE TÖTETEN 171 MENSCHEN



Das sind die Bombay-Bomber!

VON PH. HEDEMANN

Jetzt hat der Terror ein Gesicht – es sind die Fratzen des Bösen!

AKTUELL



SUMMERT-RECHENWEISE
ER SITZT IN
UNTERWÄSCHE IM
KNA ST

Zehn Tage, nachdem Spezialeinheiten den letzten Terroristen von Bombay (Indien) erschossen haben veröffentlichte die Polizei Fotos und Namen von acht getöteten Angreifern. Die jungen Männer (20–18) sollen alle aus Pakistan stammen!

Bei fünf der Toten fanden die Polizisten Dokumente mit Passbildern. Vier der Attentäter wurden erst nach ihrem Tod fotografiert. Ihre Körper sind im 60-stündigen Kampf um Bombay (171 Tote, über 300 Verletzte) teilweise grausam zerfetzt worden.

Eine Leiche ist so verbrannt, dass das Foto nicht veröffentlicht wurde.

MEHR
VERMISCHTES

Pakistanische Sicherheitsbehörden haben unterdessen den mutmaßlichen Drahtzieher der Anschläge festgenommen Doch Pakistan will den Islamisten und 20 weitere Gesuchte nicht ausliefern

READ MORE IN
ENGLISH

Für den Fall, dass Indien selbst auf pakistanischem Boden Terrorverdächtige jagen werde, drohte der pakistanische Außenminister Shah Mahmood Qureshi offen mit einem Krieg zwischen den Atommächten: „Wir wollen keinen Krieg, aber wenn Krieg gegen uns geführt wird, sind wir vollständig darauf vorbereitet.“

DA SIND DIE BOMBAY-BOMBER!



Bada Abdul Rehman Terrorereinsatz: Taj Palace Hotel

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/vermishtes/2008/12/10/bombay-bomber/das-sind-die-terroristen.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 18 *Der grinsende Russe*



Alexei Miller (46) steht seit fast acht Jahren an der Spitze des weltgrößten Gaskonzerns Gazprom



Dieser grinsende Russe dreht uns das Gas ab

SEIT GESTERN KOMMT KEINE ENERGIE MEHR AUS DEN RUSSEN-PIPELINES

VON JAN W. SCHÄFER

Ausgerechnet in der kältesten Nacht des Winters dreht er ganz Westeuropa den Gashahn zu: Alexei Miller, Chef des russischen Staatskonzerns Gazprom, hat gestern früh alle russischen Gaslieferungen über die Ukraine stoppen lassen!



Altkanzler Gerhard Schröder (64, SPD) kam in St. Petersburg mit Russlands Ministerpräsident Wladimir Putin (56) zusammen. Beide sprachen sich für den Bau der Ostseepipeline durch die Firma Nord Stream aus, deren Aufsichtsratschef Schröder ist

[Vergrößern](#)

Jetzt zittert Europa vor einer Versorgungskrise. In ersten Ländern (u. a. Österreich, Tschechien) mussten Energieversorger die eigenen Gasreserven anzapfen. Die Regierungen in Rumänien und der Slowakei riefen den Notstand aus. In Bosnien begannen die Menschen Bäume zu fällen, um Ersatz-Heizmaterial zu beschaffen.

Besonders dramatisch ist die Lage in Serbien: Zehntausende Wohnungen werden nicht mehr beheizt. Die Menschen frieren ausgerechnet zum orthodoxen Weihnachtsfest bei Temperaturen bis zu -5 Grad.

Auch Deutschland ist vom Gasboykott stark betroffen. Es kommt kein Russen-Gas mehr über die ukrainische Pipeline, berichtet der Importeur Verbundnetz.

VIDEO

Wirtschaft



DER KAMPF UM S GAS
IMMER WENIGER GAS
ERREICHT WEST-EUROPA

MEHR ZUM THEMA

RUSSLAND-GAS-STREIT
FOLGEN FÜR
EUROPA S LÄNDER

GAS
WIE LANGE REICHEN
DIE DEUTSCHEN VORRÄTE?

LIEFERSTOPP
KEIN RUSSISCHES GAS
MEHR ÜBER DIE UKRAINE

GAS-KRISE
VERSORGER: BEI UNS
KOMMT NICHT S MEHR AN

Der Gas-Russe lässt Europa zittern! Seit 2001 steht der enge Vertraute von Russlands Ministerpräsident Wladimir Putin an der Gazprom-Spitze, hat das Unternehmen zum weltweit größten Gasanbieter ausgebaut (70 Mrd. Euro Umsatz). Der in St. Petersburg geborene Manager (spricht kein Englisch) zählt zu den mächtigsten Russen, verdient gut 7 Mio. Dollar im Jahr.

Und er weiß, wie er das Gas als wirtschaftliche Waffe einsetzt. Zuletzt drehte er der Ukraine im März 2008 den Gashahn zu.

Der Grund damals wie heute: Miller will mehr Geld für sein Gas. Die Ukrainer sollen bis zu 450 Euro für 1000 Kubikmeter zahlen – mehr als die Westeuropäer hinlegen müssen. Das ist der Ukraine viel zu viel.

Noch Mitte Dezember 2008 hatte der Gazprom-Chef in BILD vielsagend erklärt: „Wir wissen, dass viele Menschen Angst vor unserer Größe haben und uns oft mit gefährlichen und tollpatschigen Bären vergleichen.“ Jetzt ist diese Angst Wirklichkeit geworden.

Die Politik versucht mit Hochdruck, eine europaweite Versorgungskrise zu verhindern. Gestern Nachmittag telefonierte Kanzlerin Angela Merkel (CDU) mit Wladimir Putin, forderte Russland und die Ukraine zur Rückkehr an den Verhandlungstisch auf.

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/wirtschaft/2009/01/08/der-grinsende-russe/gazprom-russische-gaslieferung-gestoppt.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 19 Karibik-Klaus

Stütze in der Sonne

Karibik-Klaus lacht uns alle aus

VON KARIN HENDRICH

Berlin – **Erinnern Sie sich noch an „Florida-Rolf“? Der Mann lebte jahrelang auf Kosten der deutschen Steuerzahler in Miami (USA), kassierte monatlich 1906 Euro Stütze.**

JETZT EIN NOCH DREISTERER FALL: Ermittler sind „Karibik-Klaus“ auf die Schliche gekommen.

Braungebrannt und lächelnd schritt der Mann (71) jetzt in Berlin in den Gerichtssaal. Im feinen Anzug, gerade aus der Sonne eingeflogen. Auch dieser Schmarotzer hat in Deutschland abkassiert.

Dieses Bild ist nicht mehr verfügbar

22 500 Euro Sozialhilfe!

Während seine Landsleute morgens zur Arbeit fahren, saß er sich in der Liege, beobachtete die schönen Bikini-Mädchen am Strand von Mexiko.

„Karibik-Klaus“ lebte früher in Berlin, arbeitete als Architekt. Ein Bekannter: „Er meckerte ständig über die Temperaturen. Er war ein Mensch, der die Sonne und das Leben liebte.“

Klaus L. vor Gericht. Er muß einen Teil der erschwindelten Sozialhilfe zurückzahlen

Deshalb zog er vor einigen Jahren in den kleinen Fischerort Puerto Morelos in Mexiko, nahe des beliebten Urlaubsorts Cancun. 300 Sonnentage im Jahr, gestern war es dort 24 Grad warm. Das Wasser ist tiefblau, die weißen Sandstrände scheinen endlos. Er lebte dort in einem Haus am Meer, besaß noch ein Anwesen in Florida.

Zur Finanzierung seines üppigen Lebensstils hatte er sich auch etwas einfallen lassen. Er blieb weiter in einer kleinen Wohnung in Berlin gemeldet – und beantragte Sozialhilfe! Von April 1994 bis August 1997 kassierte er so 22500 Euro! Die Staatsanwaltschaft kam erst jetzt dahinter, erließ einen Strafbefehl wegen Betrugs über 5400 Euro. Doch der Rentner legte Einspruch ein.

Deshalb wurde ein Gerichtstermin einberufen – zu dem „Karibik-Klaus“ angeblich nicht kommen konnte. Er schrieb aus dem Sonnenparadies, daß er kein Geld für Flug und Hotel hätte. Die Justiz reagierte: Sie ließ ihn auf Staatskosten einfliegen!

Weitere Themen



Zinsen sichern!
Fest- & Tagesgeld: Hier ist Ihr Geld gut aufgehoben

Das mobile Portal

Holen Sie sich Bild.T-Online jetzt auf Ihr Handy

Lotto

Alle Infos im BILD.de Archiv

Als erstes jammerte der Architekt vor dem Amtsgericht: „Brrr, ist das Wetter ungemütlich.“ Dann gab er zu: „Also, die Häuschen hatte ich. Aber Einnahmen keine. Ich mußte doch von irgend etwas leben“

Dann kam heraus: Das Haus in Florida hat er bereits für 48000 US-Dollar verkauft. Außerdem wurden ständig größere Geldsummen über sein Konto gebucht.

Der Sozialschmarotzer hatte dennoch Glück. Der Richter: „Ein Großteil des Betrugs ist verjährt.“ Er verhängte eine Geldstrafe von 1350 Euro. „Karibik-Klaus“ war sehr zufrieden, sagte sofort: „Einverstanden. Zahle ich in 50-Euro-Raten ab“.

Das Sozialamt will jetzt noch 11000 Euro von ihm zurückhaben, außerdem soll er 2400 Euro für Hotel und den Flug zum Prozeß zurückzahlen. Doch Klaus

sagt: „Ich schlag' mich in Mexiko mehr schlecht als recht durch. Lebe von 500 Euro Hausverwaltergeld.“

Dann verschwand er schnellen Schrittes. Er wollte die nächste Maschine nach Mexiko auf keinen Fall versäumen...

Quelle: <http://www.bild.de/BTO/news/aktuell/2005/12/27/sozial-abzocke-karibik-klaus/sozial-abzocke-karibik-klaus.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 20 Mallorca-Karin

Noch schlimmer als Florida-Rolf

So frech zockt uns Mallorca-Karin ab

VON S. SCHULENBURG, H. CRONAUER UND J. STORCH

Offenbach/Palma de Mallorca – In Deutschland bibbern wir bei minus 10 Grad. Auf Mallorca scheint schon die Frühlingssonne, es sind milde 15 Grad ...

Nach Florida-Rolf alarmiert ein neuer Fall von Sozial-Abzocke die Behörden.

Es geht um Karin K. (50). Offiziell ist sie arbeitslos und wohnt im hoch verschuldeten Eigenheim in Mühlheim am Main (Hessen), zusammen mit ihrer Tochter (18). Sie beziehen monatlich 7 10,36 Euro Arbeitslosengeld II. Innerhalb von knapp viereinhalb Jahren kassierte die Mutter so genau 40 756 Euro.

Doch sie hat noch ein zweites, süßeres Leben – im sonnigen Mallorca! Heraus kam's durch anonyme Anzeigen beim Landkreis Offenbach. Ein Team um Sozialfahnderin Helena Fürst (32) machte sich auf Spurensuche.

Die Fahnderin: „Wir haben Erkenntnisse, daß Frau K. zwei Eigentumswohnungen in Colonia Sant Jordi gehören, die sie vermietet. Außerdem arbeitet sie als Maklerin und vermittelt die Vermietung von Apartments auf einem Reiterhof.“

Archiv	Im Internet preist sie Wohnungen so an: „Hochwertige Ausstattung, 100 Quadratmeter, Meerblick, 300 Meter zum Strand.“ Der schöne Es-Trenc-Strand natürlich. Preis: bis zu 90 Euro pro Tag.
Rassige Amancia Ich hol' für Karibik-Klaus die Brötchen raus!	Auf Mallorca fährt sie Auto. Einen Passat, 13 Jahre alt, in Deutschland von Amtswegen zwangsabgemeldet.
BILD besucht Das Prunk-Haus von Karibik-Klaus	Wahrscheinlich verdient sie aber noch mehr. Sie trifft sich mit Bauherren, führt nach eigenen Angaben die Bauaufsicht in einigen Objekten. In Deutschland hat Mallorca-Karin einige Semester Architektur studiert, trug als Beruf „Bauaufsicht“ und „Bauingenieurin“ in den Fragebogen der Behörden ein.
So hab' ich alle besch... Karibik-Klaus packt jetzt aus!	Nach drei Tagen flogen die Sozialfahnder zurück nach Deutschland. Helena Fürst: „Wenn es alle so machen wie sie, ist der Topf für die wirklich Hilfsbedürftigen bald leer. Wir werden sie in den nächsten Tagen vorladen und sie mit unseren Recherchen konfrontieren.“
Stütze in der Sonne Karibik-Klaus lacht uns alle aus	Peter Walter, Landrat des Kreises Offenbach: „Das gibt eine Betrugsanzeige. Wir werden den Fall mit aller Härte ahnden. Null Toleranz!“

Quelle: <http://www.bild.de/BTO/news/aktuell/2006/03/13/mallorca-karin-sozial-abzocke/mallorca-karin-sozial-abzocke.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 21 Der große Hartz-IV-Report



DER GROSSE HARTZ-IV-REPORT



„So einfach ist es, den Staat zu bescheißen“

- WIE EINE HARTZ-IV-EMPFÄNGERIN PLÖTZLICH 15 UNTERMIETER HAT.
- WIE AUS POLEN AUF WUNDERSAME WEISE HARTZ-IV-DEUTSCHE WERDEN.
- WIE DREIST DIE KLAGEN UND TRICKS MANCHER HARTZ-IV-BEZIEHER SIND.

VON STEPHAN KÖRTHY

Traumvilla auf Teneriffa, Palmengarten, zwei Autos. [Deutschland ist empört über Hartz-IV-Betrüger Peter K.](#) (64). Doch sein Fall ist nur einer von jährlich mehr als hunderttausend. Hunderte Millionen Euro kostet den Steuerzahler der Missbrauch von Hartz IV. In einem großen Report beschreibt BILD die Missstände, z. B.

Heute die freche Geschichte von Hartz-IV-Betrüger Markus M.

AKTUELL

**HARTZ-IV-BETRÜGER
ER LEBT IM LUXUS
AUF TENERIFFA**

„Für 4 Euro die Stunde stehe ich nicht auf. Da arbeite ich lieber schwarz“

Hartz-IV-Empfänger Markus M. (44) hat keine Skrupel, wenn er so offen sein Lebensmotto verkündet. Der gelernte Fernmeldetechniker aus Frankfurt am Main bekommt zurzeit 610,44 Euro. Davon sind 259,44 Euro als Kosten für Unterkunft und Heizung der Einzimmerwohnung veranschlagt. Er sagt: „Das Geld reicht mir nicht. Deswegen arbeite ich nebenbei schwarz.“

Die Höhe der Unterstützung empfindet der Single als Zumutung: „Das Geld ist so knapp bemessen, dass ich eigentlich am 20. des Monats nichts mehr im Kühlschrank habe. Daher sehe ich die Schwarzarbeit in meinem Fall als legitime Notwehr an.“

In die Arbeitslosigkeit rutschte Markus M. (Schulabschluss: mittlere Reife) nach einem missglückten Versuch, sich selbstständig zu machen. Seit neun (!) Jahren ist er jetzt durchgehend ohne einen Job. Zumindest offiziell.

Verstößen



Vier Handys und Hartz IV: Schwarzarbeiter Markus M. zeigt stolz seine Telefone

Inoffiziell ist er gar nicht so faul. Jedenfalls nicht, wenn es darum geht, sich bei der Schwarzarbeit nicht von Sozialdetektiven erwischen zu lassen.

Seine Tricks:

- „Ich fahre mit der U-Bahn erst in die falsche Richtung, um abzuchecken, ob mir jemand folgt. Erst wenn ich mir sicher bin, keinen Schnüffler auf den Fersen zu haben, steige ich in die richtige Bahn um.“
- „Ich sehe immer zu, dass ich Waggons mit wenigen Fahrgästen erwische. Da fällt ein Verfolger sofort auf. Dann springe ich in letzter Sekunde aus dem Wagen. So schnell kann keiner reagieren.“

Der Hartz-IV-Betrüger stolz: „Ich bin mit allen Wassern gewaschen. Es ist so einfach, den Staat zu bescheißen. Bisher habe ich alle abgehängt.“

Bei seinem illegalen Nebenerwerb hat er feste Regeln: „Offene Baustellen kommen nicht in Frage, da ist die Gefahr von Kontrollen zu hoch.“

Er arbeitet nur für Kunden, die ihn häufiger buchen. Abgeschlossene Firmen, in denen er keine unangemeldeten Besucher befürchten muss. Bis zu 1000 Euro verdient er mit Schwarzarbeit jeden Monat hinzu. Das Geld braucht er zum Überleben, wie er sagt.

Verstößen



Computer, Flachbildschirm, Lautsprecher: Markus M. in seinem Zimmer

Sein größter Luxus neben dem langen Ausschlafen: Eine 600-Euro teure Designer-Espressomaschine.

Auch sonst ist er bestens ausgerüstet: Waschmaschine, Spülmaschine, DVD-Player, Satellitenempfänger, zwei Rechner, drei Bildschirme, Scanner, Lautsprecher, Drucker. „Ich habe alles, was ich multimediamäßig brauche“, sagt der Computerexperte stolz.

Skrupel, den Staat zu betrügen, hat er nicht.

Markus M., der seit 1999 Unterstützung bezieht: „Was soll ich denn machen, wenn das Geld nicht reicht? Für vier Euro die Stunde stehe ich doch nicht auf, da schlaf ich lieber bis 14 Uhr. Wenn ich schwarz zwölf Euro kriege, wäre ich ja blöd, wenn ich für vier Euro offiziell arbeite. An Tariflohn stehen mir 17,72 Euro zu, darunter läuft bei mir nichts.“



Hat er denn keine Angst, dass ihm sein Jobcenter auf die Schliche kommt? Dass er angezeigt wird und ihm die Leistungen gestrichen werden?

Er schüttelt den Kopf: „Nein, überhaupt nicht. Die müssten schon vier, fünf Fahnder auf mich ansetzen. So viele Leute haben die doch gar nicht. Außerdem kenne ich jede Gesetzeslücke. Wenn

sie mir das Geld sperren wollen, bekommen sie von mir sofort eine einstweilige Anordnung vom Sozialgericht – und dann zahlen sie auch schnell wieder.“

Viermal stand er nach eigener Aussage bereits vor Gericht und hat immer gewonnen. 2006 ließ er sogar erfolgreich einen Richter wegen Befangenheit ablehnen.

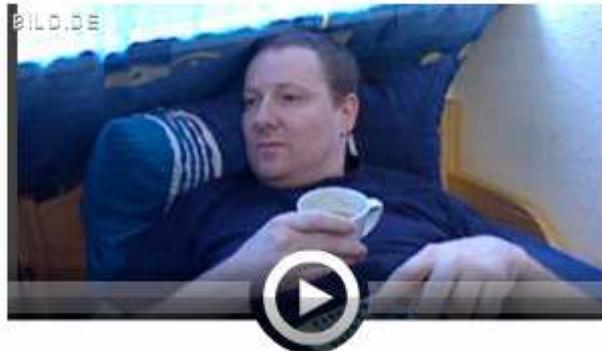
Hatte er denn Geld für einen Anwalt? „Nein, ich habe mich immer selbst verteidigt. Mein verstorbener Vater war Jurist. Da habe ich einiges mitbekommen und auch das Talent wohl teilweise geerbt.“

Was macht er, wenn ihm das zuständige Rhein-Main-Jobcenter eine Arbeit vermitteln will?

„Es gibt viele Wege, um abgelehnt zu werden. Zum Beispiel schreibe ich in meine Bewerbungen absichtlich Fehler, etwa im Anschreiben ‚Frangfurt‘ statt ‚Frankfurt‘. Wenn ich so etwas drin stehen habe und noch weitere Rechtschreibfehler, dann hat so eine Bewerbung keine Chance. Der potenzielle Arbeitgeber schickt noch nicht einmal die Unterlagen zurück.“

SO ETWAS WIE UNRECHTSBEWUSSTSEIN BESITZT MARKUS M. NICHT.

„Es kam auch schon vor, dass ich vor dem Bewerbungsgespräch mit Alkohol gegurgelt oder drei Tage nicht geduscht habe, um ja einen schlechten Eindruck zu machen. Ein Bewerbungsfoto, unrasiert und mit miesester Miene, wirft auch immer ein schlechtes Bild auf mich!“



**MARKUS M., DER HARTZ-IV-ABZOCKER
SO BETRÜGT ER DEN STAAT**

Quelle: BILD.de



Die beabsichtigte Wirkung trat ein: „Ich habe im vergangenen Jahr so gut wie keinen Stellenvorschlag mehr gekriegt.“

Was aber, wenn jetzt seine zuständige Sachbearbeiterin von seinen Hartz-IV-Betrügereien liest?

Seine Antwort: „Die kann mir gar nichts, sie hat maximal die Hälfte meines Intelligenzquotienten. Gegen jeden Bescheid, der von ihr kommt, ob zu Recht oder zu Unrecht, wird erst mal pauschal Widerspruch eingelegt. Das kostet ja nichts.“

Zum Schluss des Gesprächs zeigt er, was er von Hartz IV hält. Er hält dem Fotografen frech den ausgestreckten Mittelfinger vor die Kamera.

Lesen Sie Morgen:

Wie aus Polen deutsche Hartz-IV-Empfänger werden

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/news/wirtschaft/2008/09/01/grosse-hartz-vier-report/so-wird-der-staat-abgezockt.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 22 Freche Hartz-IV-Empfängerin vor Gericht

MIETBETRÜGERIN VOR GERICHT  

Hier pöbelt die dreiste Hartz-IV-Abzockerin

Sie kam mit Luxus-Handtasche („Louis Vuitton“), rot lackierten Nägeln und Marken-Turnschuhen, trug einen Gürtel mit „Dollar“-Zeichen als Schnalle.

[Vergrößern](#)



So erschien die dreiste Hartz-IV-Betrügerin Mirija S. (25) gestern vorm Amtsgericht Wedding.

Sie erhielt monatlich 1499 Euro vom Jobcenter – und soll bis zu 15 Untermieter in ihrer Wohnung aufgenommen haben. Angeblich kassierte sie von jedem 100 Euro Miete.

Unfassbar: Sie steckte auch noch die Miete für die 80-Quadratmeter-Wohnung ein, die das Sozialamt zahlte! Von Februar bis Juni häuften sich 2567,07 Euro Mietschulden an. Die gierige Mieterin: „Ich bin derzeit arbeitssuchend, aber bereit, monatlich 50 Euro zu zahlen.“

Und wie kann sie sich die Handtasche leisten? Die Betrügerin zu BILD: „Hab ich geschenkt bekommen...“

Frech grüßt die gierige Hartz-IV-Betrügerin Mirija S. (25) nach der Verhandlung – mit Stinkefinger

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/berlin/aktuell/2008/09/06/mietgaunerin/hier-gruesst-sie.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 23 Gier-Banker



SIE HABEN MILLIARDEN VERZOCKT, ABER...



Diese Gier-Banker haben ihr Geld sicher!

VON B. JUNGHOLT UND J.W. SCHÄFER

Sie verzockten Milliarden, ihre Gier kannte keine Grenzen: Viele Banker stürzten über viel zu riskante Geschäfte ihre Banken an den Rand des Zusammenbruchs und die Wirtschaft in die schwerste Krise seit mehr als 60 Jahren.

AKTUELL

FINANZKRISE SCHULD!
SCHRUMPFEN JETZT AUCH
DIE BETRIEBSRENTEN?

Die Folgen: Firmenpleiten, Entlassungen, Milliarden-Lasten für die Steuerzahler und Angst um Renten und erspartes!

HERBERT WALTER
EX-DRESDNER-BANK-CHEF
VERZICHTET AUF BONUS

Die Verantwortlichen haben ihre Schäfchen längst im Trockenen.

+++ KRISENTICKER +++
HSH NORDBANK LEGT
DESASTRÖSE ZAHLEN VOR

Lesen Sie mal, wie die Gier-Banker kassieren!

MEHR ZUM THEMA

450 000 EURO GEHALT



Hans Berger (56): Ex-Chef der schwer angeschlagenen HSH Nordbank, die sich u. a. mit US-Kreditpapieren verzockt hat. Die HSH hat 2008 rund 2,8 Mrd. Euro Miese gemacht, erhielt bisher 30 Mrd. Euro Staatshilfe. Berger bekommt trotzdem weiter sein Gehalt von rd. 450 000 Euro/Jahr.

Quelle: <http://www.bild.de/BILD/politik/wirtschaft/2009/02/14/gier-banker/haben-geld-sicher.html> [Stand: 22.3.2009].

Abb. 24 Alice Schwarzer macht BILD-Werbung



Quelle: http://www.nrhz.de/flyer/media/11211/105_Schwarzer.jpg [Stand: 22.32009].