

Drama! Getuschel! Skandal! Egal!

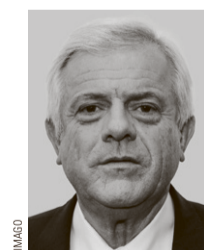
Die Klatschpresse bedient ein uraltes Bedürfnis des Menschen. Die bunten Heftchen am Kiosk sind ein Riesengeschäft. Trotz oder gerade wegen der unglaublichen Geschichten, die sie selber produzieren.
VON JENNI ROTH, BERLIN (TEXT), UND SIMON TANNER (COLLAGE)

Bis zu dieser Recherche bin ich an diesen Regalen am Kiosk immer vorbeigegangen: Zu bunt, zu viel – und überhaupt: Ich fühle mich wie in der Pornoecke: Stehenzubleiben, wäre irgendwie schmutzig. Warum auch, interessiert mich ja nicht. Ich habe keine Ahnung, was in den bunten Heften steht, keine Ahnung, wer sie kauft und warum oder wie sie überhaupt heissen. Aber offenbar denken sehr viele Menschen ganz anders darüber. Allein die «Freizeit Revue» hat eine wöchentliche Auflage von mehr als 600 000 Exemplaren. Insgesamt bringt es die Klatschpresse in Deutschland Woche für Woche auf rund drei Millionen Hefte und Magazine – das ist mehr als «Der Spiegel», «Die Zeit», «Focus» und «Stern» zusammen. In der Schweiz haben «Glückspost» und «Schweizer Illustrierte» eine Auflage von jeweils knapp 100 000 Exemplaren. All die Scheidungen, Fast-Scheidungen, Krankheiten, Seitensprünge, Babybilder auf den Titelseiten dieser Publikationen interessieren die Leserinnen und Leser – nur zugeben wollen es wenige. «Franz Josef Strauss hat die «FAZ» versteckt», sagt der langjährige Boulevardjournalist Michael Graeter über den Überwarter der CSU in Bayern. «Er wollte immer wissen, was los ist.»

«Nichts interessiert die Leute mehr als das Leben anderer Menschen.»

Michael Graeter
Reporter der Reichen und Schönen in München

Er hat sie alle gekannt
Und es scheint ganz schön viel los zu sein in der Welt der Stars und Prominenten. Eine kleine Auswahl an einem Kioskregal Mitte Mai in Berlin: «Prinz Harry: Bittere Trennung: Meghan behält die beiden Kinder», titelt «Freizeit Aktuell». «Helene Fischer – das ist ihr Neuzug! Natürlich wieder ein Tänzer», verkündet «Meine Freizeit»: Und «Freizeit-Ver-



Michael Graeter
Boulevardreporter

gnügen» schreibt auf Seite 1: «Königin Camilla: Heimliches Alkohol-Drama – sie trinkt wieder.» «Bunte» und «Gala» kommen etwas weniger reisserisch daher. Aber auch diese beiden Magazine handeln nach dem wichtigsten Prinzip ihres Metiers: «Nichts interessiert die Leute mehr als das Leben anderer Menschen», sagt Michael Graeter. Das hat seine Gründe. Klatsch ist menschlich und als solcher vielleicht weniger schlimm als sein Ruf. Die Regenbogenpresse allerdings ist oft noch schlechter als ihr Ruf. Michael Graeter weiss, wie das Geschäft funktioniert – beziehungsweise funktioniert hat oder vielleicht noch

in Teilen funktioniert. Jahrzehnte lang war er als Klatschreporter unterwegs, zunächst als Lokalchef der Münchner «Abendzeitung», eines Boulevardblatts, später bei der «Bild», bei der «Bunten» und bei der «Neuen Revue». Er hat mehrere Bücher geschrieben zum Thema, darunter auch ein «Lexikon des Klatsches: Liebe, Laster und Skandale. Von Boris (Becker) bis Verona (Feldbusch)». Er habe sie alle gekannt, die Schönen und Reichen, sagt Graeter. Und gelernt, wie man die Leute behandeln muss auf dem Markt der Eitelkeiten. «Auch wenn die Leute verleugnen, dass sie eitel sind.» Der Schauspieler Kurd Jürgens habe einmal zu ihm gesagt: «Schreib über mich, was du willst, aber der Name muss richtig geschrieben sein.»

Kreativ sein

Graeter sagt: «Man muss die Leute so ins Blatt heben, dass sie stolz sind und sich nicht genieren.» Dies zumindest dann, wenn man auch künftig etwas von ihnen erfahren wolle. Man könne Promis auch erfinden: die Leute gut anschauen, überlegen, welche Eigenschaften sie haben, ob sie als neue Figur für den Boulevard taugen; Wer ist besonders kreativ? Wer ist schnell Multimillionär geworden? Wer ist umgänglich und sympathisch? «Wenn das alles passt, dann in die Familien hineinleuchten. Immer wieder.» Also eine nette Homestory nachschreiben beispielsweise. Und dann noch eine und noch eine.

Aber reicht das für verkaufsträchtige Schlagzeilen, Tag für Tag, Woche für Woche?

Für Graeter ist klar, dass man als Klatschreporter vor Ort sein muss. Auf Parties, Hochzeiten oder Premieren ergebe sich oft eine «neue Nachrichtenlage». Sonst: herumtelefonieren, bewährte Quellen anzapfen, herausfinden, wer jemanden kenne, der etwas wisse, und diesen Kontakt dann fragen, was und wann man doch nichts Neues erfährt – oder es gar nicht erst probiert hat – muss man offenbar kreativ werden.

Es ist grosse Oper, eine Mischung aus Faszination und Schrecken, wenn man sich die Titelseiten der Hefte am Kiosk anschaut und dann den Text dazu. Der «Neue» von Helene Fischer entpuppt sich als Tänzer, der die Sängerin bei einer Performance auf der Bühne «auf Händen trägt». Die «bittere Trennung» von Prinz Harry bezieht sich auf die Tatsache, dass er allein zur Krönung seines Vaters reiste, während Meghan mit den Kindern in Amerika blieb. Und Camillas «Alkohol-Drama»? Laut einem «Palast-Insider» mutiert sie nach ein paar Gläsern zum «Monster». Worauf Charles ihre Koffer gepackt und diese in eine Entzugsklinik eines Arztes in Indien verschickt haben soll, den Camilla gut kenne. Alles nur für einen Freundschftsbesuch der neuen Königin? Genau es weiss man nicht, auch nach der Lektüre dieser Titelstory nicht.

Schöner hat auch die Collage mit Titelblättern des «Goldenen Blatts» zusammengestellt, die zurzeit im Berliner Museum für Kommunikation zu sehen ist. 40 Stück, auf jedem einzelnen sind Charles und Camilla zu sehen. Die Überschriften lauten: «Jetzt doch! Scheidung!» – «Alles aus! Scheidung!» – «Ehe-Aus! Scheidung über Weihachten!» – «Ehe-Aus am Hochzeitstag!» – «Scheidung – die Wahrheit über das Ehe-Drama.» Und so weiter.

Das kann doch keiner ernst nehmen, denke ich mir. Und liege falsch damit, einmal mehr. «Aber das steht doch

Die Klatschpresse kann auch mit noch weniger operieren. «Prinz William: Schock zum 38. Geburtstag: Wird er seine Liebe nie wiedersuchen?», fragte «Das Neue» vor drei Jahren auf der Titelseite. Was war passiert? Die Antwort ist ebenso banal wie enttäuschend, sofern man ein echtes Drama erwartet hatte: Prinz William muss Brille tragen, zumindest manchmal.

Das muss man erst einmal schaffen: Aus Halbwahrheiten und fehlenden Zusammenhängen solche Schlagzeilen zu zaubern, Nicht-Geschichten mit einem Fetzen Wahrheit derart zu einem Skandal aufzublasen und sich notfalls hinter Fragezeichen zu verstecken, damit es juristisch grade noch durchgeht. «Technisch true, haarscharf an Fake News vorbei – das ist das Geschäftsmodell!», sagt Mats Schönauer. Der Journalist beschäftigt sich seit Jahren mit dem Thema, auch für Übermedien, ein Onlineportal für Medienkritik.

Schöner hat auch die Collage mit Titelblättern des «Goldenen Blatts» zusammengestellt, die zurzeit im Berliner Museum für Kommunikation zu sehen ist. 40 Stück, auf jedem einzelnen sind Charles und Camilla zu sehen. Die Überschriften lauten: «Jetzt doch! Scheidung!» – «Alles aus! Scheidung!» – «Ehe-Aus! Scheidung über Weihachten!» – «Ehe-Aus am Hochzeitstag!» – «Scheidung – die Wahrheit über das Ehe-Drama.» Und so weiter.

Das kann doch keiner ernst nehmen, denke ich mir. Und liege falsch damit, einmal mehr. «Aber das steht doch

in der Zeitung!» Diesen Satz bekommt man oft zu hören, wenn man Käuferinnen am Kiosk fragt, ob sie glauben, was sie da lesen. Was gedruckt ist, muss stimmen, irgendwie. Texte zum Anfassen haben ihre eigene Autorität, immer noch.

Mit diesem Gefühl arbeiten die Verlage der bunten Hefte. Und mit den Gesetzen des Klatsches. Fast zwei Drittel unserer Gespräche drehen sich um Menschen, die nicht anwesend sind. «Wir sind soziale Wesen – wir sind auf den Austausch mit anderen angewiesen», sagt die Kulturwissenschaftlerin Birgit Althans. Sie hat über Klatsch promoviert und weiss, wo der Begriff entstanden ist: auf den Waschplätzen, wo sich die Frauen trafen, um schmutzige Wäsche von anderen zu waschen – im eigentlichen und im übertragenen Sinn. Die Wäsche wurde in Kesseln eingewaschen, und die Frauen klatschten dann mit Schlaghölzern den Dreck aus den Textilien. Und stiessten dabei auch auf verärrterische Flecken und abgewetzte Stellen, zum Beispiel auf der Bettwäsche der Nachbarn. Man ahnte, spekulierte, tratschte darüber: Wer mit wem? Und wenn heimlich? «Das war den Männern suspekt», sagt Althans. «Die Frauen hatten etwas in der Hand gegen sie.»

Gewäsch, Waschweib, Klatschantante: Das Phänomen entwickelt sich weiter. Es ist weiblich konnotiert – aber natürlich tratschen auch Männer. Das war schon immer so. Man mag sich vorstellen, dass die alten Griechen sich nicht nur über die platonische Ideenlehre unterhielten, sondern auch darüber, mit

wem Platon gern Sex gehabt hätte oder ob sein Gewand vorteilhaft war. Im alten Rom gab es das Gerücht, dass Ovid deshalb ins Exil geschickt worden sei, da er vom Ehebruch von Julia, der Enkelin von Kaiser Augustus, gewusst haben soll. Und bei Vergil wächst Fama, die römische Gottheit des Gerüchts, zu einem riesigen Ungeheuer heran mit unzähligen Augen, Ohren und Mündern, um den neuesten Tratsch zu verbreiten: Dido, die Königin von Karthago, und Aeneas haben etwas miteinander!

So ähnlich läuft es auch heute in den Talkshows, beobachtet Birgit Althans: A tratscht mit B über den abwesenden C. «Es geht um den Genuss, abwertend

über Dritte zu sprechen.» Details, die man eigentlich verbergen möchte, liefert die Kamera: ein Seufzen, ein Augenrollen im falschen Moment, ein gönnerhaftes Lächeln, wenn ältere Männer jungen Frauen zuhören müssen oder umgekehrt. Verärrterische Details flimmern in die guten Stuben und liefern Material für den nächsten Tratsch.

«Das erste Interview!»

Klatsch ist ein sozialer Akt. Er zeigt auf, welches Verhalten erwünscht ist, welches geächtet, wer wo steht in der Gesellschaft. Die Reichen, Schönen und Mächtigen müssen als Korrektiv her-

Nahe dran und etwas freundlicher als die deutsche Konkurrenz

von Silvia Binggeli, die Chefredaktorin der «Schweizer Illustrierten», hatte Glück im Unglück. Das Magazin erscheint jeweils am Freitag. Da blieb gerade noch Zeit, um auf die Nachricht vom Tod von Tina Turner am vergangenen Mittwochabend zu reagieren: Eine Bildstrecke über elf Seiten und eine kurze Würdigung der Sängerin wurden zur Titelstory der neuen Ausgabe. Binggeli versteht es, ihre Leserinnen und Leser abzuholen. Im Editorial schreibt sie über ihre eigene Begegnung mit Turner, bei einer CD-Taufe in Zürich im Jahr 2009. «Der Weltstar nimmt sich die Zeit für ein gemeinsames Foto mit mir, der Journalistin und ihrem Fan.» Ein

bewegender Moment. Binggeli kommen die Tränen. «Ich bin gerührt», schreibt die Chefredaktorin über jeden Tag vor vierzehn Jahren. Die Episode macht deutlich, dass Schweizer People-Magazine anders funktionieren als die Masse der deutschen Heftechen am Kiosk. Die «Schweizer Illustrierte» und die «Glückspost», die beiden grossen Publikationen des Ringier-Konzerns, sind nahe dran an ihren Protagonisten: Prominenten werden tatsächlich interviewt, Artikel werden recherchiert, Fakten werden überprüft, wie Ringier auf Anfrage mitteilt. Die Texte sind denn auch mit einer Autorenzeile versehen – ein Ausweis, den man in

halten. Davon lebt die Boulevardpresse. Vor allem, wenn Promis Fehler machen: Seitensprünge, Scheidung, Steuersünde. Dann schwingen sich die Boulevardblätter auf zur moralischen Instanz. Schadenfreude ist die schönste Freude. Das Publikum soll sich besser fühlen als die gefallenen Stars. Oder bei echten Schicksalsschlägen: Wenn Klatschhefte so tun, als hätten sie Mitgefühl für die Menschen auf ihren Titelseiten – und tatsächlich für allem Kasse machen wollen. Wo ist da die Grenze zwischen Anstand und Geschäft?

Bei vielen dieser Blättchen, so scheint es, gibt es keine. Vor knapp zehn Jahren stürzte der frühere Formel-1-Pilot

Michael Schumacher beim Skifahren und erlitt schwere Kopfverletzungen. Seit seiner Verlegung nach Hause im Spätsommer 2014 gibt es keine Neuigkeiten über ihn. Seine Familie schirmt ihn ab von der Öffentlichkeit.

«Die Aktuelle» hat es offenbar trotzdem geschafft: «Welt-Sensation», triumphtierte die Illustrierte Mitte April: «Michael Schumacher: Das erste Interview!» Und tatsächlich: Die «Antworten» im Heft auf die Fragen nach Befinden, Kindern und Karriere klingen täuschend echt. Sie waren es natürlich nicht, wie «Die Aktuelle» im Kleingedruckten gleich selbst zugibt: «Das Interview war im Internet. Auf einer Seite, die mit künstlicher Intelligenz, kurz KI genannt, zu tun hat», steht da geschrieben.

Die Täuschung ging viral. Selbst die «New York Times» berichtete darüber. Und sie hatte Folgen: «Dieser geschmacklose und irreführende Artikel hätte nie erscheinen dürfen», verkündete der Herausgeber eine Woche später. «Er entspricht in keiner Weise den Standards von Journalismus, wie wir – und unsere Leserinnen und Leser – ihn bei einem Verlag wie Funke erwarten.» Die Chefredaktorin der Illustrierten wurde entlassen. Mitte Mai publizierte das Heft eine Richtigstellung.

Aber warum eigentlich? Es war doch ganz normales Alltagsgeschäft und nicht die erste geschmacklose Geschichte über Schumacher, die «Die Aktuelle» abdruckte. Und bei anderen Postillen sieht es nicht besser aus. 2016 konnte man in der «Freizeitwoche» le-

sen: «Ich bin von Kopf bis Fuss verliebt» – «Freizeitwoche» trifft Sandra Bullock. Wow! Ein echtes Gespräch mit einem Hollywood-Star ...

Auch das war zu schön, um wahr zu sein. Genauso wie ein «Exklusivinterview» mit der Schauspielerinnen von 2014 («George Clooney macht mich einfach an»), von 2013 («Ich bin wie ein Elefant – ich vergesse nie!»), von 2009 («Ich habe einen kleinen Teufel in mir») und ein weiteres «Interview» in der «Freizeitwoche» aus dem Jahr 2007 («Die perfekte Ehe gibt es nicht»). Bullock ging juristisch dagegen vor.

Die Verhandlung vor dem Landgericht Hamburg liess tief blicken. Bei einem der Texte musste die Anwältin des Verlags zugeben, dass die Autorin die Antworten der Schauspielerinnen von einem englischen Journalisten übernommen hatte. Wer dieser Kollege war, wo das Interview stattfand und wann: Darüber konnte die «Freizeitwoche»-Vertreterin keine Angaben machen, da die Autorin gerade umgezogen sei und ihre Notizen noch in den Umzugskartons steckten. Bei den drei jüngsten «Exklusivinterviews» mit Bullock stellte sich heraus, dass die «Freizeitwoche» einem «investigativen VIP-Reporter» in Hollywood vertraute, der in der Vergangenheit schon einmal ein Interview mit einem Schauspieler gefälscht und als seinen eigenen Text verkauft hatte. Die Klägerseite machte geltend, dass Sandra Bullock den Mann nie getroffen habe. Der Verlag wurde zu einer Entschädigungszahlung verurteilt.

Kalkuliertes Risiko

Für Mats Schönauer von Übermedien ist klar: Das Ganze hat System. 50 000 Euro Strafe gab es für die gefakten Bullock-Interviews – Peanutis angesichts der Tatsache, dass sich die Hefte hundredtausendfach verkauft hatten. Erwaigte Strafen werden zu Betriebskosten, sozusagen. Und im Notfall entschuldigt man sich eben.

2018 schlossen sich Axel Springer, Bauer Media Group, Gruner+Jahr, Funke-Mediengruppe und Hubert Burda Media zur Agenda «True Media» zusammen. «Wir investieren in die Wahrheit», heisst in dem Gründungsdokument. Und weiter: «Wir recherchieren, wir überprüfen und wir separieren die Wahrheit, auch die unbenutzbare, von der Falschinformation – ob es um politische, inspirierende oder unterhaltende Inhalte geht.» Man würde gern wissen, wie erfundene Interviews und Ehrenkodex zusammenpassen. Anfragen bei Hubert Burda Media («Freizeit Revue») und bei der Funke-Mediengruppe («Die Aktuelle»), «Das Goldene Blatt») bleiben jedoch unbeantwortet oder werden abgelehnt.

Auf den Webseiten hingegen gibt man sich seriös. Die «Freizeitwoche» schreibt, man biete «wöchentlich aktuelle Reportagen und Interviews über nationale und internationale Prominenz aus den Bereichen Show, Musik, Film und Fernsehen und im Ab spannenden Geschichten und Hintergrundberichte aus den Adelshäusern.» Gemacht sei das Ganze «für Frauen, die sich gern über Promis und Adel informieren und Spass an Rätseln haben.» Auch «Die Aktuelle» liefert laut Funke-Mediengruppe «spannende und vor allem seriöse Reportagen rund um Stars, VIP und den Adel», «gefühlvolle Berichte ohne Sensationslust» sowie «exklusive Fotos und Interviews».

Fingerspitzengefühl?

Exklusiv ist wenig. Erfunden und manipuliert hingegen viel. Bequem vom Schreibtisch aus. Hauptsache, die Bilder der neuesten Story sind in der Welt, und die Geschichte auch. Mit einer Riesenschmacklose und irreführende Artikel hätte nie erscheinen dürfen», verkündete der Herausgeber eine Woche später. «Er entspricht in keiner Weise den Standards von Journalismus, wie wir – und unsere Leserinnen und Leser – ihn bei einem Verlag wie Funke erwarten.» Die Chefredaktorin der Illustrierten wurde entlassen. Mitte Mai publizierte das Heft eine Richtigstellung.

Aber warum eigentlich? Es war doch ganz normales Alltagsgeschäft und nicht die erste geschmacklose Geschichte über Schumacher, die «Die Aktuelle» abdruckte. Und bei anderen Postillen sieht es nicht besser aus. 2016 konnte man in der «Freizeitwoche» le-



Zusammengeklebt, bunt, laut, rücksichtslos – und dennoch gefragt: Klatschmagazine gehören für viele Menschen zur Lektüre dazu.