

„Lanz ist im Internet eine Persona non grata“

Die Online-Petition zeigt, dass Markus Lanz für viele zur Hassfigur geworden ist. Warum bloß? Das erklärt Christian Scherg, PR-Experte für Krisen-Situationen. Er weiß auch, wie er da wieder rauskommt. *Von Antje Hildebrandt*

Krisen-PR ist seine Profession. Christian Scherg, 39, berät Prominente aus Wirtschaft, Sport und Showgeschäft, die die Kontrolle über ihr Bild in der Öffentlichkeit verloren haben. Er ist Autor des Ratgebers „Rufmord im Internet. So können sich Firmen, Institutionen und Privatpersonen wehren“.

Die Welt: Herr Scherg, über 190.000 Unterschriften in nur einer Woche für eine Online-Petition gegen Markus Lanz. Kann man da noch von einem Shitstorm sprechen?

Christian Scherg: Nein, das ist schon eine richtige Anti-Lanz-Kampagne. Ein Shitstorm brandet schnell auf und löst sich ebenso schnell wieder auf. Es geht darum, schnell Frust abzulassen. In diesem Fall aber ebbt die Aufregung nach der Talkshow nicht ab, sie wird stärker. Offenbar war die Sendung nur ein Aufhänger, um eine Anti-Lanz-Kampagne zu forcieren.

Die Welt: Welche Rolle spielt dabei dieses rechtlich fragwürdige Instrument einer Online-Petition?

Scherg: Sie verleiht der Kampagne eine Dramaturgie. Bis Mitte März können Lanz-Gegner noch unterzeichnen. So lange erhält man die Spannung aufrecht. Interessant wird dann die Frage nach der Übergabe der Unterschriften ans ZDF. Das wird noch mal ein medial starker Moment.

Die Welt: Können Sie denn die Kritik als solche an der Sendung nachvollziehen?

Scherg: Absolut. Allerdings stehen diese Tausenden von Unterschriften in keiner Relation zu der Kritik an der Sendung.

Die Welt: Nun hat ja Herr Lanz Frau Wagenknecht nicht allein interviewt. Hans-Ulrich Jörges vom „Stern“ hat ihm lautstark assistiert. Warum fokussiert sich die öffentliche Wut jetzt auf Lanz?

Scherg: Weil er im Internet schon vorher zur Persona non grata geworden war. Es ist zur Mode geworden, sich über ihn aufzuregen.

Die Welt: Warum hat sich bisher kein prominenter Unterstützer für Lanz starkgemacht?

Scherg: Die Stimmung gegen ihn ist so massiv, dass sich keiner traut, für ihn Partei zu ergreifen. Es ist eine Hexenjagd. Bei 190.000 Unterschriften besteht die Gefahr, selbst an den Pranger gestellt zu werden.

Die Welt: Warum ist gerade Markus Lanz zur Hassfigur geworden?

Scherg: Das Problem an Markus Lanz ist, dass er im Kern zu perfekt ist. Er vereint alles, was man sich von einem Moderator wünscht. Er ist eloquent. Er sieht gut aus. Er ist der Typ Schwiegermutter's Liebling. Die meisten Menschen sind aber nicht so perfekt wie er. Die haben nicht immer das richtige Argument und Lächeln parat.

Die Welt: Das heißt, er provoziert durch seine bloße Art?

Scherg: Was provoziert, ist seine professionelle Fassade. Die ist so etwas wie eine goldene Rüstung. Man sucht die rostige Stelle, die Lücke, um durch diese Rüstung durchzudringen. Und dann will man diesen Ritter in seiner goldenen Rüstung auch fallen sehen.

Die Welt: Das rostige Loch war am Anfang „Wetten, dass..?“. Warum steht Lanz jetzt auch als Talker am Pranger?

Scherg: Das hat natürlich auch etwas damit zu tun, dass er so wandelbar ist. Man weiß eigentlich gar nicht so richtig: Wer ist dieser Markus Lanz? In seiner Talkshow ist er ein harter Talker. Wenn er mit den Prominenten auf der „Wetten, dass..?“-Couch sitzt, ist er eher kuschelig. Man hat schon fast das Gefühl, dass er eher Stichwortgeber ist. Als Prominenter muss man aber auch Ecken und Kanten haben.

Die Welt: Warum?

Scherg: Wenn man zu wandelbar ist, wirkt man schnell eindimensional, beliebig und unglaubwürdig. Zu einem Image gehört eben nicht nur Kompetenz. Sympathie und Glaubwürdigkeit sind weitere wichtige Säulen. Wer es allen recht machen will, schafft das am Ende bei niemandem.

Die Welt: Und wie schneidet Markus Lanz nach diesem Modell ab?

Scherg: Kompetent ist er. Er macht einen richtig guten Job. Aber das allein reicht eben nicht. Gerade weil er nur mit Kompetenz punktet, schießt er als Talker übers Ziel hinaus. Die Empathie bleibt auf der Strecke ...

Die Welt: ... und er erscheint so als Streber?

Scherg: Genau. Er ist ja beim ZDF schon ganz oben angekommen. Der König der Samstagabendunterhaltung muss jetzt auch Emotionen zeigen.

Die Welt: Was heißt das?

Scherg: Er muss zeigen: Was ist meine persönliche Motivation? Sonst entstehen Interpretationslücken. Und die füllen irgendwann andere. Das wird gefährlich. Man gibt die Deutungshoheit über die eigene Persönlichkeit aus der Hand.

Die Welt: Wie sollte Lanz denn jetzt noch Sympathien gewinnen?

Scherg: Indem er zeigt, was ihn treibt. Wenn es ihm um die Suche nach der Wahrheit ginge, könnte er sich zum Beispiel für guten Journalismus engagieren.

Die Welt: Er reist regelmäßig in die Antarktis.

Scherg: Es müsste aber etwas sein, bei dem man das Gefühl hat, er macht es, weil es ihm ein Bedürfnis ist – und nicht, um sich zu profilieren.

Die Welt: Fällt Ihnen ein Moderator ein, der alles richtig macht?

Scherg: Ja, Günther Jauch. Der lässt auch immer persönliche Dinge aufblitzen wie die Freundschaft zu Thomas Gottschalk. Der bringt eine gewisse Lockerheit mit und nimmt sich selber nicht so ernst. Das macht ihn sympathisch.

Die Welt: Hat Herr Lanz die Deutungshoheit an den Mob verloren?

Scherg: So könnte man das formulieren. Es gibt eine Skandalisierungsspirale, das heißt, die Medien greifen die Kritik an „Wetten, dass..?“ aus den sozialen Netzwerken auf. Dieses Feedback wandert dann wieder zurück in die sozialen Netzwerke. Und die Spirale dreht sich weiter.

Die Welt: Wo ist der Punkt, an dem man den Anlass für die Kritik aus den Augen verliert?

Scherg: Im Fall Lanz war das schon bei der ersten Spiralwindung, als die Medien die Empörung über „Wetten, dass..?“ zum Anlass nahmen, um wieder über „Wetten, dass..?“ zu berichten. Da ist die Empörung zum Metathema geworden.

Die Welt: Die klassischen Medien trifft also auch eine Schuld?

Scherg: Ja, sie sind Teil dieser Spirale. Viele Journalisten werden ja irgendwann Opfer ihres eigenen Hypes. Sie positionieren ein Thema so, dass es die Leute interessiert. Gegen die Stimmung anzuschreiben ist nicht opportun. Sie verlieren die eigentliche Frage aus dem Auge.

Die Welt: Nämlich welche?

Scherg: Was können wir an den Talkshows verbessern? Wie kann man verhindern, dass Gäste an den Pranger gestellt werden?

Die Welt: Sie sind Autor des Ratgebers „Rufmord im Internet“. Können sich Promis gegen solche Kampagnen schützen?

Scherg: Nein, einen hundertprozentigen Schutz gibt es nicht. So eine Kampagne ist ein Damoklesschwert, das über allen schwebt, die in der Öffentlichkeit stehen. Die Frage ist nur, wie kann ich dafür sorgen, dass es nicht eskaliert?

Die Welt: Was kann Herr Lanz denn jetzt noch tun?

Scherg: Er muss klarmachen, dass er die Kritik ernst nimmt, und versuchen, den emotionalen Ballast von den Themen zu nehmen.

Die Welt: Ist das nur seine Aufgabe?

Scherg: Nein, damit darf ihn das ZDF nicht allein lassen. Hinter so einer Sendung steht ja eine ganze Redaktion. Er ist ja nur Teil des Formats.

Die Welt: Am Samstag sendet das ZDF „Wetten, dass..?“ aus Karlsruhe. Ist da jetzt mit einem Flashmob zu rechnen?

Scherg: Nein, die Erfahrung zeigt, dass der Protest aus dem Internet nicht eins zu eins auf die Realität übertragbar ist. Ich kann mir nicht vorstellen, dass eine aufgebrachte Menge in die Sendung stürmt.

Die Welt: Aber der Quote wird der Rummel nicht schaden?

Scherg: Nein, ganz im Gegenteil, bei so einem medialen Aufreger werden natürlich alle einschalten, um hinterher mitreden zu können – und natürlich, um zu sagen, wie schlecht es gewesen ist.