Unter dem Titel „BILD und Wulff – ziemlich beste Partner“ ist heute die jüngste Fallstudie der Otto Brenner Stiftung (OBS) erschienen. Der Medienwissenschaftler Hans-Jürgen Arlt und der Publizist Wolfgang Storz haben in akribischer Kleinarbeit die letzten fünf Jahre der BILD-Berichterstattung über Christian Wulff ausgewertet. Ihre Studie könnte endlich eine Antwort auf die häufig gestellte Frage geben, warum die BILD-Zeitung ihren ehemaligen Darling wie eine heiße Kartoffel fallengelassen hat. Das Timing der Veröffentlichung könnte kaum besser sein. Am Donnerstag entscheidet die Jury des Henri-Nannen-Preises über die diesjährigen Auszeichnungen. Zu den Nominierten gehört ausgerechnet die Wulff-Berichterstattung der BILD. Von **Jens Berger**

Der 12. Dezember 2011 markiert eine Zäsur in der deutschen Mediengeschichte. Während die BILD an diesem Tag in ihrer Printausgabe noch eine rührselige PR-Geschichte über den Emirate-Besuch des Bundespräsidenten samt „bezaubernder Gattin“ publizierte, veröffentlicht BILD.de um 22:02 vorab den Artikel „Wirbel um Privat-Kredit – Hat Wulff das Parlament getäuscht?“, der auch die in der nächsten Printausgabe erscheinen sollte. Kurz zuvor sprach Christian Wulff die Worte auf den Anrufbeantworter des BILD-Chefredakteures Kai Diekmann, die ihm wenige Tage später das Genick brechen sollten. Das Gros der Medien wertete diesen Anruf als „Angriff auf die Pressefreiheit“ und präsentierte die BILD-Zeitung als Leuchtfeuer des investigativen Journalismus – ein Bild, das sich ganz ausgezeichnet in die fortwährende Imagekampagne der BILD-Zeitung einreiht. BILD will als journalistisches Medium wahrgenommen werden und erhält dabei bestmögliche Schützenhilfe von der Konkurrenz. Auch dies war einer der Nebeneffekte der Wulff-Affäre.

Die Zäsur in der Wulff-Berichterstattung der BILD verdient es, näher betrachtet zu werden. Welche Motive hatte das Boulevardblatt seinen Liebling der kläffenden Meute ans Messer zu liefern? Auf diese Frage haben die OBS-Autoren Arlt und Storz eine unkonventionelle, aber keinesfalls unplausible Erklärung: BILD musste sich an die Spitze der Wulff-Aufklärer stellen, um nicht selbst durch die Wulff-Affäre beschädigt zu werden – Journalismus aus Notwehr. Die BILD wusste offensichtlich schon längere Zeit sehr gut über Wulffs Verfehlungen bescheid. Am 12. Dezember 2011 wusste die BILD jedoch, dass nun auch der SPIEGEL und der Stern in Sachen Hauskredit aktiv wurden und kurz vor einer Veröffentlichung standen. Wenn die BILD die Berichterstattung in diesem Moment nicht selbst in die Hand genommen hätte, wäre sie womöglich selbst ein Opfer der Affäre geworden.

Bis zu diesem Dezemberabend gab es wohl keine Medienpartnerschaft, die so innig war, wie die Beziehung von Christian Wulff zur BILD. Wer sich die zahlreichen Beispiele, die in der

OBS-Studie aufgeführt sind, zu Gemüte führt, muss zu dem Ergebnis kommen, dass die BILD kein journalistisches Erzeugnis, sondern ein PR-Organ in Wulffs – und in eigener – Sache ist. Die Berichte über Christian und Bettina Wulff bewegten sich in der „Vor-Affären-Zeit“ stets hart am Rande des Kitschs. Er, der Traumpolitiker, der mühelos Integrität, christliche Maßstäbe und politisches Raffinement vereint, und sie, die First-Lady, die stets stilsicher auftritt, schön anzuschauen und dabei doch „eine von uns“ ist. Das Wulff-Bild der BILD schwankte dabei stets zwischen Society-Kitsch und Homestory – mal wurden die Wulffs als Repräsentanten auf Augenhöhe zu den europäischen Königshäusern vergöttert, mal wurden sie als „ganz normale“ Bürger dargestellt, die bei Karstadt auch mal in der Schlange stehen.

Freilich beruhte die Partnerschaft zwischen BILD und Wulff auf zwei Seiten. Während Christian Wulff die devot-verherrlichende Berichterstattung zu schätzen wusste, steckte er der BILD regelmäßig exklusive Informationen, mit denen BILD die Geschichte vom „guten Wulff“ erzählen konnte. Die BILD wurde so zum exklusiven Medienpartner der Familie Wulff. Pikant an der Sache ist vor allem, dass die Nebendarsteller der späteren Wulff-Affäre auch allesamt in der BILD-Geschichte vom „guten Wulff“ auftauchen. Da stellt sich natürlich die Frage, ob die BILD nichts von den Unregelmäßigkeiten bei Wulffs Umgang mit den Herren Geerkens, Maschmeyer, Schmidt und Groenewold gewusst hat, ob sie nichts wissen wollte oder ob sie zwar alles gewusst, aber nie etwas darüber geschrieben hat. Wie man es auch dreht und wendet, unter journalistischen Aspekten wirft dies ein düsteres Bild auf die BILD.

Als BILD ahnte, dass ihr Partner nicht mehr haltbar ist, vollzog sie den Schwenk in eigener Sache und stellte sich selbst an die Spitze der Aufklärer in der Wulff-Affäre. Dabei vermied es die BILD bei ihrer Vorwärtsverteidigung jedoch, sich selbst zum Ankläger im Namen des Volkes aufzuschwingen, wie sie es ansonsten gerne macht. Stattdessen ließ man den Kollegen der anderen Blätter dosierte Insiderinformationen zukommen und berichtete dann („Wirbel um Wulff“) über die Vorwürfe der anderen Zeitungen und Zeitschriften. Die wiederum nannten stets brav die Quelle und verhalfen der BILD dabei zum Nimbus des investigativen Journalismus in der Wulff-Affäre. Vor allem der SPIEGEL und die FAZ ließen sich dabei als willfährige BILD-Helfer nur allzu gerne vor den Karren spannen.

Erst als klar war, dass die BILD die Wulff-Affäre nicht nur schadlos, sondern sogar als eigentlicher Sieger überstanden hatte, ging man bei Springer von inszenierter Distanziertheit („Wirbel um Wulff“) zur Attacke über. Plötzlich war der ehemalige hoch integre Traumpolitiker der Inbegriff der Selbstbedienungsmentalität. Aus dem guten wurde der böse Wulff und BILD ernannte sich selbst – ganz in der Tradition des Blattes – zum Scharfrichter im Namen des Volkes. Die übrigen Medien machte gute Miene zum bösen

Spiel. Wer tags zuvor die BILD noch als investigatives Medium gelobt und als Leuchtturm der Pressefreiheit verteidigt hat, konnte freilich nicht mehr tags drauf seine Leser daran erinnern, dass die BILD über Jahre hinweg eine äußerst profitable Geschäftspartnerschaft zur Familie Wulff und deren Umfeld pflegte.

Somit ist die Affäre Wulff auch eine Geschichte über den Niedergang des Journalismus. Dass die Jury des angesehen Henri-Nannen-Preises nun ausgerechnet die BILD-Berichterstattung zur Wulff-Affäre für preiswürdig hält, ist eine Bankrotterklärung des Journalismus. Wenn der BILD am Freitag tatsächlich der Nannen-Preis verliehen wird, sollte jeder Preisträger, der auch nur einen Hauch von Berufsethos hat, seinen Preis zurückgeben.