

Abschreiben statt recherchieren

ORF Online schrieb ein Gerücht von einem US-Blogger ab, und fünf Tageszeitungen kupferten vom ORF ab. Doch das Gerücht, dass US-Außenministerin Hillary Clinton einen neuen Job suche, ist nur in österreichischen Medien zu lesen.



Margarete Endl

Hillary Clinton zieht. Das könnte der Grund sein, warum ORF Online am 15. Februar mit einer mittleren Sensation – zumindest für Politik-Junkies – aufwartete: US-Außenministerin Hillary Clinton habe keine Lust mehr auf ihren Rund-um-die-Uhr-Job. Sie wolle lieber lesen, schreiben und ein wenig reisen. Doch trotz ihrer Amtsmüdigkeit werde sie sich nicht zur Ruhe setzen, glaubte der ORF zu wissen. Denn bald gebe es einen interessanten Job für sie: Richterin am Supreme Court, dem Obersten Gerichtshof, sobald eine Position dort frei werde. Sollte Präsident Barack Obama sie nominieren, wäre er „Held im Hillaryland“.

Die Gerüchte stammten von Mark McKinnon vom Blog The Daily Beast. ORF Online stellte einen Link zum Blog und zu einem Video-clip des TV-Senders ABC her. Doch ein Blick in *New York Times* und *Washington Post* ergab keine Hinweise darauf. Eine Google-Suche ergab ebenso nichts Substanzielles.

E-Mail an Hillary Clinton

Fünf österreichische Tageszeitungen servierten am nächsten Tag, was der ORF vorgekocht hatte. Am ausführlichsten war die *Kleine Zeitung*. Unter dem Titel „Hillary Clinton hat genug von ihrem Job“ saß eine erschöpft aussehende Clinton auf einem Thron. Als Draufgabe schrieb ihr Redakteur Ernst Heinrich eine E-Mail: „Ja, haben Sie tatsächlich geglaubt, ein US-Außenminister könne sich nach 38 Arbeitsstunden ins Wochenende verabschieden?“ Die *Wiener Zeitung* setzte zumindest ein Fragezeichen hinter „Wechselt Clinton den Job?“. Die *Kärntner Tageszeitung* schrieb: „Hillary Clinton kokettiert mit Abschied von Außenpolitik“. *Kurier Online* sah „Clinton auf Jobsuche“, in der Printausgabe verzichtete man auf die Spekulation. *Standard*,



An dem Tag, als ORF Online US-Außenministerin Hillary Clinton für amtsmüde erklärte, besuchte sie Saudi-Arabien und schüttelte ihrem saudischen Amtskollegen Prinz Saud Al-Faisal die Hand. Foto: EPA/Saudi Press Agency

Presse und *Salzburger Nachrichten* fielen ebenfalls nicht auf die ORF-Seifenblase herein. Was gut war.

Denn auch in den folgenden Wochen sah keine seriöse Zeitung Clinton als amtsmüde an. *Vogue* hatte im Dezember 2009 eine gut recherchierte Story über Clinton publiziert, der TV-Sender PBS im Jänner eine aufwendige Reportage ausgestrahlt. Darin ließ sich erkennen, mit wie viel Härte, Engagement und Freude Clinton arbeitet. Als der PBS-Reporter sie fragte, ob sie sich zwei volle Amtsperioden als Außenministerin vorstellen könnte, verneinte sie lachend. Irgendwann werde sie den Job in andere Hände legen und mehr freie Zeit genießen. Irgendwann in einer zweiten Amtszeit von Obama.

Den Luxus gründlicher Recherche gibt es bei Tageszeitungen oft nicht. Weil Redaktionen personell ausgedünnt sind und Journalisten zu viele Artikel schreiben müssen. Wer zudem auf eine sexy Story scharf

ist, macht Fehler. Bei Onlinemedien seien Qualitätskriterien nicht so klar ersichtlich wie bei Print, meint Webberater Michael Hafner.

Mist von Substanz trennen

Mit geringen finanziellen Mitteln könnten Onlinemedien und Blogs sehr professionell gestaltet werden. So fallen bei anderen Medien geläufige Beurteilungskriterien weg. „Wie ein Kitschroman oder eine Boulevardzeitung aussieht, wissen wir. Wir erkennen es auf den ersten Blick, am Cover“, sagt Hafner. Wer aber bei den Informationsfluten aus Medien, Blogs und Twitter den Mist von der Substanz trennen will, müsse etwas ganz Altmodisches tun: „Man muss sich mit dem Inhalt beschäftigen, muss lesen. Das nimmt einem niemand ab.“

Blogs können gute Quellen sein. Als Beispiel: Ob man den *Falter*-Journalisten Florian Klenk gedruckt oder auf seinem Watchblog liest, ist egal. Weil er ein integrier,

gut recherchierender Journalist ist und mit seinem Blog keine kommerziellen Interessen verfolgt. Welche Interessen Daily-Beast-Blogger McKinnon verfolgt, darüber lässt sich spekulieren. Er ist Vizepräsident der PR-Agentur Public Strategies, war Medienstrategie von George W. Bush und betreute den republikanischen Präsidentschaftskandidaten John McCain. Als Barack Obama Kandidat der Demokraten wurde, zog sich McKinnon zurück, weil er gegen ihn keine Werbedecksarbeit machen wollte. „Das Internet ist mittlerweile ein Marketinginstrument, ein Werbekanal unter vielen“, sagt Hafner. Das ist bei der Beurteilung des vielen Geschnatters einzukalkulieren.

Der Wahrheitstest erfolgte Mitte April. Als ein 90-jähriger Supreme-Court-Richter zurücktrat, kochten Blogger das Hillary-Gerücht erneut auf. Doch ein Präsidenten-Sprecher stellte sofort klar: Clinton bleibt Außenministerin.