

# 5 GEGEN 500.

**5 erdrückte Milliardäre. 500 ersoffene Bootsflüchtlinge. Nicht nur, dass das Quintett im Vergleich zu den Zahl- und Gesichtslosen ein wahnwitziges Zigfaches an Vermögen auf sich vereint. Sie beanspruchen über den Tod hinaus ein Mehr – nicht ein Meer, das ist für alle gleich verderbenbringend – an Medienaufmerksamkeit.**

Fragt sich bloss, was dazu führt, dass sogar im Tod die einen gleicher sind als die anderen. Medienwissenschaftler argumentieren mit den bekannten Nachrichtenwerten. Da gibt es eine Handvoll. Und die gab es schon, als der Autor noch an der Universität Zürich Publizistik studierte. Und mit dem Lizientat abschloss. Das wäre heute ein Master. Aber das nur so nebenbei. Viel wichtiger ist, dass es damals noch kein Internet gab. Kein Handy in der Tasche. Dafür so gross, so schwer wie ein Koffer. Und so teuer wie ein Kleinwagen.

Die Medienwelt hat sich dramatisch verändert. Ob die Nachrichtenwerte der Entwicklung noch standhalten, wäre zumindest überprüfenswert. Nehmen wir aber das alte Konzept als Erklärungsversuch, dann hilft die Nähe nicht weiter. Wir Normalos fühlen uns von diesen Flüchtlingen und ihrem Schicksal – ist ja nur eins – wohl ebenso entfernt wie von den Superreichen mit ihren Fantastillionen, um mit Dagobert Duck zu reden. Ebenso hilft geografische Nähe nicht weiter. Das Mittelmeer liegt uns viel näher als die Untergangsstelle der Titanic. Respektive der Titan. Dem U-Boot, das dem gewaltigen Druck offenbar nicht standhielt. Was eine Implosion für die Passagiere in dieser Tiefe bedeutete, mag man sich nicht vorstellen – ebenso wenig wie das Ertrinken der Schiffbrüchigen des namenlosen Schlepperkahns. Aber das ist hier nicht das Thema. Warum auch? Ist es auf anderen Kanälen auch nicht.

Deshalb zurück zum nächsten Nachrichtenwert: Je öfter ein Thema aufgegriffen wird, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass das erneut eintrifft. Etwas anders: Die Publikationsschwelle wird immer kleiner. Vergleicht man die Häufigkeit ertrinkender Flüchtlinge mit der Implosion von abenteuerlus-

tigen Tiefen- und Höhenforscher, dann hält der zweite Nachrichtenwert der Prüfung nicht stand. Vielleicht sollte man nicht die Eintritts-, sondern die Sättigungsschwelle etwas genauer untersuchen. Wann haben die Medienkonsumierenden – die Rezipienten – einfach genug gesehen und wenden sich ab? Immerhin hat nicht bloss die Zahl der diesbezüglichen schlechten Nachrichten, sondern noch viel mehr die Zahl der digitalen Kanäle massiv zugenommen. Um vor dem Hintergrund dieses Markenartikels nicht von explodieren zu sprechen. Mit der Zahl hat der Druck zugenommen – das gilt nicht nur für U-Boote in der Nähe von versunkenen Luxus-Linern. Dort gab es übrigens auch nicht nur eine Erste Klasse. Zwischendeck bleibt Zwischendeck. Kein Weg nach oben. Das haben uns Leo und Kate eindrücklich gezeigt.

Weg mit dem Zynismus zum Thema, dass die Medien immer mehr darauf angewiesen sind, eine Geschichte und alle Details dazu zuerst zu veröffentlichen. Sich als Leitmedium zu etablieren. Hier eignen sich Milliardäre besser. Da ist schnell recherchiert und publiziert. Da findet man sehr rasch heraus, dass der Sohn trotz seiner Tiefenangst nur in die Titan gestiegen sei, um dem Vater einen Gefallen zum kolportierten Preis von zweihundertfünfzigtausend zu tun. Ob Dollar, Euro oder Franken ist dem Autor unbekannt. Die Abweichungen aus dem Wechselkurs spielen für Milliardäre wohl keine grössere Rolle. Vielleicht ist es nur die Medienökonomie – zeitlich und damit monetär – die das Schicksal der fünf Reichen publizistisch höher bewertet als jenes der fünfhundert Armen. Oder ist es etwa unser schlechtes Gewissen, dass wir den Verlauf der einen Geschichte hätten beeinflussen können? Dass die Medien sich in ihren Beiträgen den 5 und weniger den 500 widmen?