



Thomas Chorherr, Chefredakteur a.D., Die Presse
Fotografiert von Michaela Bruckberger

Über die Lust am Negativen

Thomas Chorherr, ehemaliger Chefredakteur der Presse, auf der Suche nach der guten Nachricht in den Medien.

Interview von Doris Raßhofer

Bestseller Herr Chorherr, in Ihrem Buch „Lob des Lobens“ haben Sie eine Lobeshymne für das Lob verfasst. Warum?

Thomas Chorherr Ich war über 20 Jahre lang Chefredakteur der Presse und als solcher ein alter Praktiker des Nicht-Lobens. Ich war immer der Meinung, gute Arbeit sei selbstverständlich, schlechte müsse gerügt werden. In meiner Pension merke ich, dass ich sehr viele Fehler in meinem Leben gemacht habe, dazu gehört auch das wenige Loben. Mit diesem Buch versuche ich das ein wenig wieder gut zu machen. Aus Schuldbewusstsein.

Loben Sie heute mehr?

Chorherr Ja, ich lobe wann immer ich etwas Gutes in den Medien finde. Und die Leute freut das. Sie sagen „Danke, das bekräftigt mich in meiner Arbeit“. Anerkannt zu werden ist etwas immens Wichtiges, sonst wird man seiner Arbeit überdrüssig, man hat das Gefühl, als arbeite man ins Leere – übrigens ein wesentlicher Faktor beim Burnout-Syndrom. Und: Ein persönliches Lob ist weit mehr wert als eine Gehaltsaufbesserung oder eine kalt überwiesene Prämie.

Mit mehr Lob könnten sich Unternehmen also viel Geld sparen ...

Chorherr (lacht) Es wäre zumindest einen Versuch wert.

Sie schreiben in Ihrem Buch, dass es uns Menschen grundsätzlich schwer fällt zu loben, im Journalismus ganz besonders: Only bad news are good news.

Chorherr Ich gehe sogar noch weiter und sage: Nur eine schlechte Nachricht ist überhaupt eine Nachricht. Denn gute Nachrichten interessieren niemanden.

Warum eigentlich?

Chorherr Das ist eine gute Frage, aber ich weiß keine Antwort.

Viele Zeitungen versuchten sich in letzter Zeit in guten Nachrichten – die Salzburger Nachrichten zum Beispiel mit ihren Lichtblicken – als Gegenpol zum ewigen Krisengeplapper.

Chorherr Sowas gefällt mir. Die Medien haben in der Tat ein gerüttelt Maß Schuld an Situationen wie heute – sie machen die Leute hysterisch. Offenbar sehen sie ihre Aufgabe darin, Angst zu schüren. Das fängt doch schon mit dem Satz „Das erste Opfer!“ an – denn das impliziert, dass noch viele weitere kommen werden ...

Das Medienspiel mit der Angst – Sie beschreiben es in Ihrem neuen Buch „Das Angstdilemma“. Waren Sie als Chefredakteur auch scharf auf die negativen Nachrichten?

Chorherr Ich habe meist nur die negativen Nachrichten erfahren. Wenn ein Schrankenwärter über Jahre seine Arbeit gut macht, weiß das kein Mensch, wenn er einmal einen Fehler macht, die ganze Welt. Wir haben sogar einmal versucht, eine tägliche Rubrik mit guten Nachrichten zu führen, aber wir haben keine guten Nachrichten gefunden. Einzig nach dem Zweiten Weltkrieg. Da war beinahe jede Nachricht eine gute Nachricht. Ob eine Straße

wieder repariert ist, der Schienenverkehr wieder bis St. Pölten funktioniert, etc. Denn damals war man den schlechten Nachrichten auch überdrüssig. Wie heute.

Gibt es nicht auch eine gewisse Lust der Journalisten am negativen Forecast?

Chorherr Es gibt sie, die journalistische Freude, den Leuten einen Schrecken einzujagen. Schauen Sie sich doch die Schweinegrippe an. Aufgebauchte Warnungen lesen Sie überall. Die Entwarnung bestenfalls in einem Einspalter.

Eine „Horrorgrippe“ verkauft sich nun mal besser ...

Chorherr Schon. Aber dann gehe ich als Journalist offenbar davon aus, dass der Leser diese schlechten Nachrichten lieber lesen will als gute. Sonst würde ich damit keine Reichweite machen. Und das ist auch so.

Wenn sich zwei Hausfrauen treffen, erzählen sie sich auch nicht, wie glücklich das neue Nachbarspärchen anzusehen ist.

Chorherr Ja richtig, das Negative ist menschlich, nicht journalistisch. Wir sehen eher das Defizitäre als das Positive. Einzig der Boulevardjournalismus weiß, dass man ein bisschen loben sollte.

Gesehen wird das Positive durchaus, ausgesprochen wird es nicht.

Chorherr Offenbar haben wir da eine psychologische Sperre. Nehmen Sie die Buch-, Film- oder Gastrokritiken. Sie sind selten gut, meist enden Sie mit einem Verriss. Ich frage mich oft: Was will mir der Journalist damit eigentlich sagen? Will er mich warnen? Davor, in dieses Restaurant zu gehen? Werde ich dort vergiftet? Und: Ist das wirklich seine Aufgabe?

„Die Medien machen die Leute hysterisch.“

Thomas Chorherr

Hinter Lob stehen oft gut bezahlte Anzeigen ...

Chorherr Als ich anfang, wanderten durchaus gefüllte Kuverts über den Schreibtisch. Heute stehen vor allem Motor-, Gastro- und Reisejournalisten unter der Berufserfordernis zu loben. Autos gibt es fast keine schlechten mehr, da müssen sie sich schon anstrengen, etwas zum Kritisieren zu finden. Für bekannte Gastrokritiker wird extra aufgekocht. Und jeder Reisejournalist, der sich nach einer Reiseeinladung nicht verpflichtet fühlt, nichts Negatives zu schreiben, lügt sich selbst in die Tasche.

Aber so wie jeder Mensch gerne gelobt wird, wird doch auch jeder Unternehmer gerne gelobt, wenn er gut und sauber gearbeitet hat. Das wäre doch ein Ansatz für positiven Journalismus.

Chorherr Sowas werden Sie aber immer schwerer finden.

Die Welt ist also doch schlecht?

Chorherr Das werden wir nicht ändern können. Aber wir müssen den Menschen nicht täglich damit den Tag vermiesen. ←