

Wir backen uns einen Skandal

Von Nicole Rensmann

Lieber säße ich mit Frank Schätzing in einem kleinen Kölner Café und würde ihn zu alledem persönlich befragen, damit ich mir ein richtiges Bild zu der Situation machen könnte.

Er ist ein gut aussehender Mann, glücklich verheiratet, hat sich erfolgreich mehrere berufliche Standbeine aufgebaut – für ihn gibt es eigentlich keinen Grund viel mehr zu wollen, es sei denn, er ist ein notorisch nach Ruhm strebender Mann. Oder sind es exakt die erst genannten Attribute, die ihn zur Zielscheibe der Medien machen?

Zum wiederholten Male steht Frank Schätzing im Kreuzfeuer der Presse, diesmal nicht als hoch gelobter Autor, Tsunamiexperte und Lebensretter, diesmal wird ihm Plagiat vorgeworfen.

Vor gut einem Jahr führte ich mit Frank Schätzing ein Interview per E-Mail. Der Autor erwies sich als kommunikativer und kooperativer Gesprächspartner. Sein Erfolg mit »Der Schwarm« begann beinahe zum gleichen Zeitpunkt. Nicht allein aufgrund einer sehr guten Werbekampagne, die Frank Schätzing sicherlich auch selbst unterstützte, denn neben dem Schriftstellerdasein führt er ein Aufnahmestudio und eine Werbeagentur in Köln.

Jeder gönnt ihm seinen Erfolg, denn damit bringt er auch die deutschen Autoren wieder ein Stück nach oben.

Wie mochte er sich gefühlt haben, als am 26. Dezember 2004 ein Tsunami im Indischen Ozean 200.000 Menschen das Leben nahm? Manche Textstellen in seinem Roman erschienen nun noch realer. Die Berichte der Betroffenen, die Bilder im Fernsehen, all das glaubte ich, schon einmal wahrgenommen zu haben. Klar war vorher schon: Frank Schätzing hat für den Roman akribisch recherchiert. Das merkt jeder beim Lesen, das sagt er auch selbst und die 2 ½ Seiten Danksagung am Ende des Romans beweisen dies.

Ich war skeptisch, als ich in der Presse Schlagzeilen las wie: »Der Schwarm« rettet Leben! Was ging da vor? Es ist ein Roman, nicht mehr und nicht weniger und dieser rettet Menschenleben?! Ein Junge soll die drohenden Anzeichen des Tsunamis erkannt haben, nur weil er den Schwarm vorab gelesen hatte. Wahnsinn! Das war genial! Doch die Skepsis blieb, denn ein wenig klingt diese Geschichte wie eine dieser »wahren« Begebenheiten, die nur erfunden werden, um den Menschen die Hoffnung nicht zu nehmen.

Am 31.12.2004 erscheint in der ZEIT ein Artikel von Frank Schätzing mit dem Titel »Wir haben versagt!« Der Text ist provokativ und anklagend. Ein weiterer Schachzug eines Werbestrategen? Oder befolgte er nur die Bitte des Redakteurs, sich zum aktuellen Geschehen zu äußern?

Ich geriet ins Grübeln, als ich las und hörte, dass Frank Schätzing in mehreren TV-Sendungen auftrat und sich als Tsunami-Experte äußerte. Ich fragte mich, ob es nicht sinnvoller gewesen wäre, einen der Professoren, die Frank Schätzing für seine Recherche befragt hatte, einzuladen. Mir erschien sein Auftreten wie ein Konzept aus Werbekampagne und Medienereignis. Es gab dazu brisante Diskussionen in verschiedenen Foren, bei denen ich mich schließlich raushielt, denn die Meinungen klafften auseinander und die Missverständnisse – in Foren grundsätzlich großgeschrieben – nahmen ihren Lauf.

Mit Respekt las ich dann Kai Meyers Journaleintrag, in dem er – natürlich ohne es zu wissen – meine Bedenken teilte.

Das Auftreten von Frank Schätzing nach dem Tsunami begann an einem Punkt nicht nur peinlich, sondern fragwürdig zu werden. Traurig, dass keiner hinter ihm stand und sagte:

»Frank, hör auf. Du stellst dich in ein Licht auf Kosten von 200.000 Toten.« Möglicherweise war ihm das nicht bewusst?!

Auch erfolgreiche Schriftsteller sind nur Menschen und machen auch menschliche Fehler – leider wird das viel zu oft vergessen, sowohl von den Konsumenten, als auch insbesondere von den Medien.

Doch was, wenn Frank Schätzing tatsächlich das Unglück für sich genutzt hat? Macht ihn das zu einem wahren Werbegott oder zu einem schlechteren Menschen? Ist es sein gutes Recht, das Beste aus jeder Situation zu machen, um seinen Roman zu verkaufen? Was denken Sie?

Vielleicht ist Frank Schätzing ja auch nur so in die Sache reingerutscht? Vielleicht wollte er das ja alles gar nicht und wusste schließlich nicht mehr, wo die Bremse war?

Jeder Schriftsteller recherchiert ausgiebig für seine Romane, der eine mehr, der andere weniger, dennoch bleibt er ein Autor. Nur weil jemand einen Medizinthriller schreibt, macht ihn das noch längst nicht zu einem Arzt. Oder würden sie sich von Michael Crichton, dem geistigen Vater der Erfolgsserie Emergency Room in der Notaufnahme operieren lassen?

Wie auch immer diese Sache wirklich gelaufen ist, es wuchs Gras darüber. Die Verkaufszahlen schnellten in die Höhe, Gespräche mit Filmproduzenten sollen längst gewesen sein. Und nun das: Plagiatsvorwurf.

19 Textbeispiele führt der Kläger Thomas Orthmann, der für die Website www.ozeane.de schreibt, an. Und die Ähnlichkeiten sind frappierend. Dumm gelaufen oder Zufall? Vermutlich weiß sogar Frank Schätzing nicht mehr genau, ob er die betreffenden Stellen tatsächlich per copy and paste in den fließenden Romantext eingefügt hat oder erst viel später nach der Internetrecherche verwendete. Möglicherweise wurden die Passagen nach mehreren Überarbeitungen später wieder so umgeändert, dass sie genauso lauteten wie zuvor.

Wer wüsste das schon noch so genau, wenn er vier Jahre lang für einen einzigen Roman recherchiert hat. Mal ehrlich?!

Ich frage mich nur: Wenn »Der Schwarm« kein Erfolg geworden wäre, hatte Herr Orthmann dann ebenfalls geklagt? Geht es hier ums Geld oder ums Prinzip?

Klar ist aber, sowohl »Der Schwarm« erhält eine neue Publicity, denn auch schlechte Werbung ist Verkaufsfördernd und ich vermute die Zugriffe auf www.ozeane.de werden in den letzten Tagen den Server zum Wanken gebracht haben.

Interessanterweise trägt der Kläger wiederum zur Bewerbung des Romans bei: Schon auf der Eingangsseite fällt Frank Schätzings Name, das Cover folgt beim nächsten Klick. Stellungnahme, Auszüge des Strafantrags, Hintergründe. All das zeugt auch davon, dass entweder rasch und exakt gehandelt oder auf längere Sicht hingearbeitet wurde.

Seit gestern sitzt ein kleiner Teufel auf meiner rechten Schulter und auf der linken ein lieblicher Engel.

»Nur eine neue, geschickt eingefädelte Werbeaktion«, grinst der Teufel frech.

»Niemals, das ist nur Neid. Da will jemand ein großes Stück vom Erfolg abhaben«, hält der Engel dagegen und schaut erbost.

»Er hat abgeschrieben. Wetten? Schau dir das doch mal genau an.«

Doch der Engel hält sich die Augen zu und schweigt.

»Die stecken alle unter einem Deckel, einem dicken Hardcoverdeckel zwischen 1.000 Blatt Papier.« Der Teufel bohrt sich siegesicher im Ohr.

Der Engel schaut traurig: »Er hat bestimmt nicht richtig darüber nachgedacht. Irgendwie ist er in alles nur so reingerutscht. Ganz bestimmt.«

»Blödsinn. Alles eine Werbestrategie. Am Ende gewinnen sie alle, Autor, Kläger und Verlag«, sagt der Teufel und verschränkt die Arme vor seiner hageren rot schimmernden Brust.

»Ach hör doch auf! «, schimpft der Engel, blickt schnippisch zur Seite und hofft, dass alles mal wieder gut ausgeht.