

Viel Trubel um Wal Timmy

Die Sehnsucht nach dem Schönen



Wal Timmy schwimmt derzeit begleitet Richtung Nordsee (Symbolbild)

Quelle: Unsplash +, Getty Images

Die Republik ist gespalten: Die einen verfolgen alle News über Wal Timmy. Die anderen finden es lächerlich, dass ausgerechnet ein ruhiger Meeressäuger Deutschland in Wallung geraten lässt. Dabei birgt der Fall Timmy eine wichtige Wahrheit.

Selten hatte ein «Bild»-Newsticker-Redakteur wohl so viel Spass wie am vergangenen Dienstag. Dem Tag, an dem Wal Timmy die ersten Flossenschläge in Richtung Nordsee gelangen. Endlich. Nach fast acht Wochen Wal-Drama. Anfang März hatte der Buckelwal sich in die Ostsee verirrt und war dort mehrmals gestrandet. Es sei der Vollständigkeit halber aufgeschrieben, auch wenn das vermutlich jeder Leser mitbekommen hat. Timmy ist so populär, er besitzt schon einen eigenen Wikipedia-Eintrag.

«Waleluja!» titelte die «Bild», nachdem der Wal erstmals seit vielen Tagen den richtigen Weg genommen hatte und in eine für ihn vorbereitete Barge schwamm, die ihn nun in die Nordsee geleitet. Die Zeitung informierte auch umgehend darüber, dass der mecklenburgische Klimaminister Till Backhaus (SPD) nun über ein Timmy-Denkmal nachsinnt. Und nennt ihn konsequent nur noch «Wal-Minister». Es gab natürlich eine Wal-Sondersendung und überhaupt ist alles der reine «Walsinn». So viel Wal war selten in Deutschland und sogar im Boulevard. Natürlich waren die Hater in der Überzahl. Nach anfänglicher landesweiter Faszination meldeten sich schnell die, die sich mal belustigt, mal sehr ernst über den Wal-Hype echauffierten.

Während in meiner Wahrnehmung mehr Menschen als normalerweise im Supermarkt den Tote Hosen-Gassenhauer aus dem Jahr 2004 (!) «Walkampf» vor sich hin summt (Text: «Schiebt den Wal, schiebt den Wal, schiebt den Wal zurück ins Meer»), regten sich Tierschützer, Tierärzte und viele selbsternannte Wal-Experten auf, man dürfe wohl als übergrosses Säugetier nicht einmal in Ruhe sterben. Das von Donald Trump erfundene Netzbildchen, das ihn als Jesus mit heilenden Händen zeigt, erschien in einer neuen Version: mit Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier, der Wal Timmy die leuchtenden Hände auflegt. An Timmys Schicksal soll die Nation genesen – oder endgültig untergehen. Eine selbsternannte Wal-Freundin schwamm in Neopren unerlaubterweise zum Tier und wurde nach ihrer Rückkehr dafür abgeführt. Was, so fragt man sich ernsthaft, wäre wohl geschehen, hätte es Timmy vor der Insel Poel dahingerafft und er wäre womöglich noch im Verwesungsprozess explodiert, wie es bei diesen Tieren passiert? Kaum auszudenken.

Sehnsucht nach «leichten» News...

Nun geht es glücklicherweise in die richtige Richtung mit Timmy. Und vielleicht auch mit unserer Realitätswahrnehmung. Denn natürlich ist es kein Skandal und auch überhaupt nicht verwerflich, dass die Deutschen bewegt sind vom Schicksal eines über zwölf Meter langen Tieres, das die wenigsten wohl je in Wirklichkeit zu Gesicht bekommen haben, um das sich viele Sagen und Geschichten ranken und das auch noch ganz in echt und vor aller Augen um sein Leben kämpft. Auch wenn esoterische Überhöhung und imitierte Walgesänge dann natürlich doch zu viel des Guten sind.

Selbst in normalen Zeiten hätte Timmy die Gemüter bewegt. Und darüber muss sich niemand aufregen, es ist auch kein Vorzeichen der Apokalypse. Und doch macht der Timmy-Hype deutlich: Die Sehnsucht nach «leichten» News ist gross.

Denn es sind keine normalen Zeiten, in denen wir leben. Irankrieg. 7. Oktober. Gaza. Ukraine. Spritpreise. Inflation. Und das alles so kurz, nachdem wir Corona überwunden haben. Wer soll das aushalten? Eskapismus ist die Option der Wa(h)l.

Bereits im Jahr 2023 – da gab es den Ukrainekrieg bereits – teilte etwa die Leibniz-Gemeinschaft mit: Jeder zehnte Internetnutzer versucht, Nachrichten grundsätzlich zu vermeiden, 65 Prozent versuchen das mindestens gelegentlich. Am häufigsten vermieden wurden damals News über den Ukrainekrieg. Und vielleicht ebenso wichtig: Über die Hälfte ist im Gegensatz dazu sehr interessiert an guten oder lösungsorientierten Nachrichten. Also übersetzt: Die Deutschen sind nachrichtenmüde. Vor allem schlechte-Nachrichten-müde. Und sie wünschen sich mehr gute News.

Hoffentlich gute und das Weltgeschehen nicht nachhaltig beeinflussende Nachrichten wie die vom Wal. Tiercontent. Sitcoms. Vielleicht sogar Trash-TV. Alles denkbar. Die Annahme liegt auch bei einem Blick in die Kulturwelt nahe. Ausgerechnet ein freundlicher Science-Fiction-Film mit ebenso kitschigem wie fröhlichem Ende hat jüngst weltweit über 613 Millionen US-Dollar eingespielt. Ein geradezu unglaublicher Erfolg ohnehin, denn wer geht schon noch für 15 Euro ins Kino, wenn Disney und Sky ihm alles zuhause auf der Couch servieren? Und dann auch noch ein Film über die Freundschaft zwischen einem Astronauten mit Minderwertigkeitskomplex und einem überkommunikativen Alien-Steinwesen? Wenn in den letzten Jahren Raumfahrerfilme erfolgreich waren, dann doch eher finstere Zukunftsszenarien wie «Interstellar» oder «Dune».

Offensichtlich haben also auch die Kinogänger Sehnsucht nach Leichtigkeit. Nach einer freundlichen Geschichte, in der die Welt gerettet wird und die Freundschaft siegt. Im Gegensatz dazu klingt Timmys Story gleich gar nicht mehr so kitschig, nicht wahr?

... vs. «Doomscrolling»

Wenn es nun stimmt, dass es eine Sehnsucht nach Schönheit und nach dem Guten gibt, dann sollte das nicht nur uns Medienmachern zu denken geben. Wir Schreibenden sollten den Schrei nach positiven Nachrichten wahrnehmen, konstruktiv berichten, statt immer nur die nächste Krise zu suchen, die nächste Kritik rauszuhauen, das nächste Weltuntergangsszenario zu beschreiben. Die Leute wollen es nicht lesen und selbst wenn sie es tun, dann ist es oft schädlich.

Fachleute beschreiben die Sucht nach schlechten Nachrichten, besonders im Zusammenhang mit sozialen Medien, als «Doomscrolling». Wer nicht aufhören kann, durch seine Timeline zu hetzen, immer unbewusst bei den schlechten Nachrichten hängen zu bleiben (weil unsere Gehirne das evolutionsbedingt automatisch tun) und infolgedessen nur noch mehr schlechte Nachrichten vom Algorithmus serviert zu bekommen, der wird ängstlicher, trauriger und besorgter.

Zeit also für gute Nachrichten. Konstruktiven Journalismus. Kritik ist deshalb nicht unerwünscht, aber sie sollte verknüpft sein mit einer Lösungsmöglichkeit, mit Good Practice-Beispielen. Und ja, auch der Journalist darf gelegentlich etwas Gutes in einer Geschichte, vielleicht sogar in einer politischen Massnahme sehen. Das ist nicht verboten.

«Constructive Evangelism»

Und nun Butter bei die Fische: Wer hat beim Lesen dieses Textes immer dann gezuckt, wenn der Begriff gute Nachricht fiel? Hier lesen viele Christen und ist für ebendiese das Leben nicht ohnehin durchzogen von der einen Guten Nachricht? Vom Schönen, Wahren und Guten, wie der sächsische Pfarrer Justus Geilhufe die Botschaft Gottes in seinen Büchern immer umschreibt?

Wenn es eine Sehnsucht nach Schönheit und guten Nachrichten gibt, warum dann nicht auch nach dieser einen Guten Nachricht? Es wäre absurd, anzunehmen, in finsternen Zeiten nähme die Suche nach Gott nicht zu. Das Gegenteil war durch die Geschichte hinweg immer der Fall. Was für Medienmacher gilt, gilt deshalb in gleicher Weise für Kirchengestalter: Erzählt vom Guten! «Constructive Evangelism» könnte man das vielleicht nennen. Drohbotschaften braucht derzeit niemand. Die Welt ist wirklich schon finster genug. Botschaften der Gnade, der Liebe, der Annahme aber umso mehr. Nicht (nur) Geschichten von Aliens und Walen. Sondern von Gott selbst. Halleluja statt Waleluja!

Dieser Beitrag erschien zuerst bei [Pro Medienmagazin](#).

Zum Thema:

[Den Glauben entdecken](#)

[Anastasis: Science-Fiction trifft auf Bibelkunde](#)

[Mehr als Seeschlachten: Aus einem Fantasy-Roman Hoffnung schöpfen](#)

Datum: 02.05.2026

Autor: Anna Lutz

Quelle: Pro Medienmagazin

Tags

[Film](#)

[Soziale Medien](#)

[Umwelt](#)

[Christen in der Gesellschaft](#)