



Gestützt wird diese Behauptung durch einen Satz des Beitrags, der lautet: „Nach unseren Recherchen klären viele Ärzte nicht über mögliche Impfschäden auf.“ Unklar bleiben die Recherchen, die zu einer solchen Aussage führen, als solche – die Methoden, die Datenbasis, die Ergebnisse und Bewertungen. Dem Gebot der journalistischen Transparenz genügt dieser Abschnitt des Beitrages nicht.

Punkt sechs: Im Off-Text stellt „Report Mainz“ fest: „Dabei verläuft die FSME bei Kindern fast immer völlig harmlos.“ Die Risikoeinschätzung von Dr. Steffen Rabe ist eine Einzelmeinung, die als solche für den Zuschauer nicht zu erkennen ist.

Zudem erklärt Gerard Krause vom Robert-Koch-Institut im O-Ton des „Report“-Beitrages „Von diesen 300 (FSME-Krankheitsfällen pro Jahr, Anm. d. A.) Fällen verlaufen etwa die Hälfte recht harmlos, ...“ Der Zuschauer erfährt nichts über die restlichen 150 Fälle, die offensichtlich nicht recht harmlos verlaufen.

Auf Nachfrage der Autorin dieser Analyse gibt das Robert-Koch-Institut bekannt: „Immerhin werden 77 Prozent aller Fälle als hospitalisiert übermittelt, was auf einen relativ schweren Krankheitsverlauf hindeutet.“ Auch hier sind die Recherchen, deren Auswertung und Präsentation handwerklich unbefriedigend ausgeführt worden. Dies muss zu einseitigen Ergebnissen in der Berichterstattung führen.

Mit solchen Aussagen wird zudem die individuelle Risiko-Situation der Zuschauer hinter abstrakten Wahrscheinlichkeiten versteckt. Aber für den Zuschauer gilt: Mit Wahrscheinlichkeiten

lassen sich individuelle Risiko-Situationen nicht beschreiben: Es gib keine „50-Prozent-Infektion“. Für den Zuschauer wird auf diese Weise durch eine unzulässige Interpretation der Statistik eine Schein-Sicherheit aufgebaut, die für ihn unangenehme Folgen haben kann.

Zu allen genannten Ungereimtheiten der Recherche sowie der Präsentation bat die Autorin dieser Analyse die Redaktion von „Report Mainz“ um eine Stellungnahme, die trotz nochmaliger Nachfrage unbeantwortet blieb, sodass die Fragen offen blieben.

Fazit der Analyse und Wertung: Auch bei solchen renommierten TV-Formaten wie „Report“ lassen sich journalistische Handwerksfehler finden, die Fachjournalisten nicht unterlaufen sollten. Zumal bei Informationen zu Gesundheitsfragen der Verbraucher sicher sein muss, dass er nicht mit einseitigen und die Faktenlage nicht vollständig wiedergebenden journalistischen Beiträgen konfrontiert wird. Dies sollte erst recht für Beiträge in öffentlich-rechtlichen Formaten gelten.

#### Endnoten

- 1 Deutscher Presserat. Pressekodex in der Fassung vom 01.01.2007
- 2 Vgl. Transkript des Beitrags von „Report Mainz“ aus dem Internet, Quelle: [www.swr.de/report](http://www.swr.de/report)
- 3 Im TV-Beitrag und in Teilen des Transkripts fälschlicherweise als „Raabe“ ausgewiesen
- 4 Zitiert nach dem Transkript der Sendung, a.a.O., S. 3

#### Die Autorin

Sabine Meyer studiert im Master-Studiengang „Medien- und Kommunikationsmanagement“ an der SRH-Hochschule Calw. Auf den Beitrag in Report wurde die Tochter eines Arztes aufmerksam im Rahmen des Seminars „Analyse einzelner Medien“.

## Von Krisen und Medien

Wenn sich die Medien auf krisenhafte Ereignisse stürzen. Welchen Stellenwert hat Kommunikation in der Krise?

Absturz eines Passagierflugzeugs der Air France im Atlantik vor Brasilien, Amoklauf eines ehemaligen Schülers im Baden-Württembergischen Winnenden, Einsturz des Kölner Stadtarchivs, Überlebenskampf der Warenhausketten in der

Wirtschaftskrise – alles Medienereignisse im Jahr 2009. Verbunden mit den Begriffen „Unglück“, „Krise“, „Notfall“, „Katastrophe“. Das kommt an. Die täglichen Nachrichten sind voll von schlechten Meldungen.



Auch Skandale um Unternehmen und Behörden, Politiker und Manager finden sich täglich in den Nachrichten. Häufig enden sie kurze Zeit später mit einem Rücktritt wegen nachgesagten oder tatsächlichen Fehlverhaltens von Verantwortlichen. In den ersten Monaten des Jahres 2009 traten eine Reihe von Managern und Politikern aufgrund des sogenannten öffentlichen Drucks zurück. Der ehemalige Deutsche-Bahn-Chef Hartmut Mehdorn musste seinen Platz wegen des Datenskandals bei der Bahn AG räumen, der NRW-Verkehrsminister Oliver Wittke wegen Alkohols am Steuer, der SPD-Bundestagsabgeordnete Jörg Tausch wegen angeblicher Kinderpornographie, der Deutschland-Chef des Discounters Lidl, Frank-Michael Mros wegen des Überwachungs-skandals von Mitarbeitern und Kölns Oberbürgermeister Fritz Schramma tritt wegen der massiven Kritik an seinem Krisenmanagement nach dem Einsturz des Stadtarchivs zur Kommunalwahl in NRW im Herbst nicht mehr an.

Diese Aufzählung ist nicht vollzählig. Die Rücktritte haben eines gemeinsam: Allen war ein hohes Medieninteresse um die Vorgänge und Personen vorangegangen.

Eine Zeit lang stehen die Ereignisse im Mittelpunkt der Berichterstattung. Alle Radio- und Fernsehsender, die Online- und die Printmedien berichten an prominenter Stelle über das Unglück, die Katastrophe oder den Skandal. Nach einigen Tagen beginnt die Hintergrundberichterstattung zum Ereignis und seinen Folgen. Die Schuldfrage steht häufig im Mittelpunkt. Parallel beginnt die juristische Aufarbeitung, ob die handelnden Personen alles richtig gemacht haben oder ob jemand während der Bekämpfung des Notfalls ein Fehler nachzuweisen ist und ein Mensch dadurch Schaden erlitten hat. Die Begleitberichterstattung erfährt ebenfalls einen hohen Aufmerksamkeitsgrad in der Bevölkerung.

Wenn in dieser Zeit ein anderes Ereignis eintritt, das die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich zieht, verlagert sich die Berichterstattung schnell zum neuen Medienmittelpunkt. So verschob sich beispielsweise der Medienfokus vom Einsturz des Kölner Stadtarchivs und den in diesem Zusammenhang veröffentlichten Diskussi-

onen rund um den U-Bahn-Bau in Köln nach einigen Tagen: Kurz nach dem Kölner Unglück lief ein ehemaliger Schüler eines Gymnasiums in der Baden-Württembergischen Stadt Winnenden Amok, erschoss 15 Menschen und am Ende sich selbst. Die Menschen in der Bundesrepublik waren entsetzt. Für einige Tage stand diese Bluttat im Mittelpunkt der Medienberichterstattung. Die Rettungsarbeiten zum Kölner Stadtarchiv fanden in dieser Zeit nur noch am Rande Erwähnung. Erst mit dem Aufkommen neuer Skandale um die Querelen zwischen den Verantwortlichen in Köln wurde wieder stärker hierüber berichtet.

Es ist für das betroffene Unternehmen wichtig zu zeigen, dass es die Lage im Griff hat.

Nach und nach geht das öffentliche Interesse an einer Nachricht zurück. Es finden sich nur noch Randnotizen in den Medien, bis das aktuelle Tagesgeschehen die ehemalige Hauptnachricht vollends verdrängt hat. Erst wenn die Justiz nach Monaten oder Jahren Recht gesprochen hat oder neue Erkenntnisse zur Ursache des Ereignisses gefunden werden, finden sich das Geschehen und die handelnden Verantwortlichen ein weiteres Mal in der Berichterstattung wieder.

Auch und gerade von Menschen verursachte Unglücke und Notfallsituationen sind sehr schnell im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Mithilfe der elektronischen Medien wie Radio, Fernsehen und dem Internet erfährt die Bevölkerung innerhalb kürzester Zeit von dem Ereignis. Manchmal sind die Medien sogar schneller als die ersten Rettungs- und Einsatzkräfte am Ort des Geschehens und berichten zunächst ohne Hintergrundinformationen über die ersten Eindrücke. Ein Flugzeug stürzt ab, ein Zug entgleist, ein Chemiewerk fliegt in die Luft – die Medienberichterstattung erfolgt unmittelbar. Teilweise wenige Minuten nach dem Geschehen. Direkt Betroffene und traumatisierte Geschädigte oder Zeugen des Unglücks werden, möglichst noch vor Ort, mit den Schreckensbildern im Hintergrund, interviewt und um erste Stellungnahmen zum Ablauf des Geschehnisses gebeten. Hier spielen die eingefangenen Emotionen eine ganz besondere Rolle. Denn je emotionaler die Bilder sind, desto größer ist die Aufmerksamkeit bei den Zuschauern und Lesern. Das geht unter die Haut und berührt die Menschen. Diese Bilder gehen in Minutenschnelle um die ganze Welt. Davon lebt eine ganze Branche.



Dem Interesse der Öffentlichkeit an dem Ereignis kann sich niemand entziehen. Nicht die zu Hilfe geeilten Einsatzkräfte – der Feuerwehrmann, der Sanitäter, der Polizeibeamte –, nicht die unmittelbar Betroffenen, die Anwohner und Zeugen, nicht die verantwortlichen Aufsichtsbehörden und auch nicht die Betreiber von zu Schaden gekommenen Einrichtungen. Die Luftfahrtgesellschaft, die Bahn oder das Chemieunternehmen. Alle sollen sofort etwas zum Unglück sagen. Das Bedürfnis nach ersten Informationen und Einschätzungen zur Lage – seien sie auch noch so undifferenziert – ist unersättlich. Aus diesem Grund schlägt die geballte Medienpower, gerade zu Beginn, so unbarmherzig zu. „Nothing sells than pictures“ – nichts verkauft sich besser als die ersten Bilder vom Unglück. Das ist Fakt und den Medien nicht vorzuwerfen. Die Öffentlichkeit giert nach diesen Bildern. Die Journalisten machen nur ihren Job.

Nach und nach gelangen weitere Informationen zum Ereignis an das Licht der Öffentlichkeit – die Stunde der sogenannten Experten hat geschlagen. In Sondersendungen und Talkshows wird berichtet und analysiert. Das Ereignis wird aufgearbeitet. Das betroffene Unternehmen oder eine Behörde stehen für eine gewisse Zeit im Mittelpunkt der Berichterstattung, die Verantwortlichen im Rampenlicht. Es wird nach den Hintergründen und den Schuldigen gesucht.

Wenn ein betroffenes Unternehmen nicht sofort nach Auftreten des Ereignisses sprechbereit ist, so bietet es viel Raum für Spekulationen. Und das ist der Nährboden für Gerüchte, ungerechtfertigte Schuldzuweisungen und Verdächtigungen. „Schuldig bis zum Beweis des Gegenteils“ – diese Umkehrung des in jeder Demokratie vorherrschenden juristischen Grundsatzes gilt für die Medienberichterstattung bis zur endgültigen Aufklärung nach einem Schadensereignis. Dies gilt umso mehr, wenn die Verantwortlichen mauern und keine Informationen oder den berühmten Satz „Kein Kommentar“ an die Medien geben.

Winston Churchill, der berühmte englische Premierminister, soll einmal gesagt haben: „Wartende

Journalisten sind gefährlich, vergeblich wartende Journalisten sind noch gefährlicher. Am gefährlichsten aber sind vergeblich wartende Journalisten, die untereinander Informationen austauschen.“

Schnell bilden sich Gerüchte und Spekulationen, denen man nur mit zeitgerechter Information entgegentreten kann. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass das betroffene Unternehmen innerhalb weniger Minuten nach einem Schadensereignis sprechbereit ist und Offenheit gegenüber den Medien signalisiert.

An diesem Punkt beginnt die Krisenkommunikation – damit die Kommunikation nicht in der Krise endet. Denn es kommt nicht darauf an was passiert ist, sondern wie man als Verantwortlicher Krisenmanager damit umgeht. Es ist für das betroffene Unternehmen wichtig zu zeigen, dass es die Lage im Griff hat. Dass alles unternommen wird, um die Folgen des Ereignisses so gering wie möglich zu halten und alles zu unternehmen, um Ähnliches in der Zukunft zu vermeiden. Das schafft Vertrauen. Ansonsten laufen die Verantwortlichen Gefahr, dass das möglicherweise über Jahre aufgebaute positive Image des Unternehmens in wenigen Tagen ramponiert oder im schlimmsten Fall sogar völlig zerstört wird.

## Was ist eine Krise?

### Ähnliche Begriffe

Wie kommt es eigentlich zu einer Krise? Was unterscheidet diesen Begriff von ähnlichen, wie „Katastrophe“, „Notfall“, „Unglück“ oder der „Großschadenslage“ im behördlichen Jargon?

Um es vorwegzunehmen: Die Grenzen zwischen den Begriffen sind fließend. Eine genaue Abgrenzung lässt sich deshalb nicht treffen. Jeder verwendet die Umschreibung für eine Situation so, wie er es für angemessen hält. Das macht die Verwendung von Wörtern wie

Unglück, Großschadenslage oder Katastrophe in den Medien und im allgemeinen Sprachgebrauch so undifferenziert. Allen Begriffen gemeinsam ist, dass für die Betroffenen eine Grenzsituation vorliegt, die nicht alltäglich ist und mit der sie umgehen müssen.

Die Schuldfrage steht häufig im Mittelpunkt.

Medien machen keine Krisen – aber sie berichten darüber, wird aus Mediensicht häufig argumentiert.



Eine Krise tritt häufig als Folge von Notlagen auf. Aber auch Skandale von Unternehmen, Behörden, Managern oder Politikern führen häufig in eine Krise. So kann zum Beispiel ein Lebensmittelkandal ein produzierendes Unternehmen oder den ganzen betroffenen Zweig der Nahrungsmittelbranche existenziell bedrohen, also in eine Krise führen, wenn Verbraucherverbände oder Behörden Warnungen vor dem Verzehr dieses Nahrungsmittels aussprechen und aufgrund der Medienberichterstattung der Umsatz einbricht. So war es bei der BSE-Krise zu Beginn des Jahres 2000, bei der der Verzehr von Rindfleisch eine Zeit lang kräftig zurückgegangen war. Viele fleischverarbeitende Unternehmen mussten aufgeben. Auch der Gammelfleisch-Skandal, der im Jahre 2006 seinen Höhepunkt hatte, hat für viele Unternehmen – selbst verschuldet oder nicht – das Aus bedeutet. Die Liste der Lebensmittelkandale und deren Folgen für die Betroffenen ist unendlich lang.

Eine Krise kann schlagartig kommen. Sie kann auch schleichend oder in Wellenform kommen. Menschen, Unternehmen, Behörden oder andere Organisationsformen können davon betroffen sein. Es geht immer um eine außerordentliche, häufig existenzbedrohende und unübersichtliche Lage, deren Ausgang noch offen ist.

Das Wort „Krise“ kommt aus dem griechischen „krisis“ und bedeutet so viel wie den Bruch in einer bis dahin kontinuierlichen Entwicklung.<sup>1</sup> Heute beschreibt der Begriff eine gefährliche, die Existenz bedrohende Situation und die Wende oder den Höhepunkt einer gefährlichen Entwicklung.

Die chinesischen Schriftzeichen für das Wort „Krise“ beinhalten neben dem Wendepunkt einer Entwicklung auch eine Chance – denn jede Krise birgt auch die Möglichkeit für den Beginn von etwas Neuem. Als Chance begriffen, kommt man aus einer Krisensituation nicht selten gestärkt für die Aufgaben der Zukunft heraus – wenn man nicht an ihr zerbricht. In Krisen steckt bei aller Dramatik immer auch ein möglicher Gewinn durch Neuorientierung und Weiterentwicklung. Dies drücken die chinesischen Schriftzeichen für das Wort „Krise“ aus.

Eine Krise wird vor allem subjektiv wahrgenommen. Was für den einen eine lösbare Problemstel-



Die chinesische Bedeutung für das Wort „Krise“

lung ist, ist für den anderen möglicherweise eine handfeste Krisensituation mit ungewissem Ausgang, deren Bewältigung und Folgen noch nicht absehbar sind. Im Zuge der weltweiten Wirtschaftskrise haben sich mehrere hoch bezahlte Manager und Unternehmer, vermutlich aus Verzweiflung, das Leben genommen, weil sie sich in einer aus ihrer Sicht ausweglosen Situation befanden. Sie wählten den vermeintlich leichteren Weg des Freitodes, um sich der sicherlich sehr schwierigen Situation, in der sie sich befanden, nicht stellen zu müssen. Zu Beginn des Jahres 2009 war es der Unternehmer Adolf Merkle, dessen Imperium zusammenbrach. Er warf sich vor einen Zug, um sich dem Druck zu entziehen. Im April 2009 nahm sich der Finanzchef David Kellermann des US-Finanzhauses Freddie Mac das Leben. Die Bank musste mit über 60 Milliarden US-Dollar vom Staat gestützt werden, um nicht zusammenzubrechen. Sie gilt als Mitverursacher der Weltwirtschaftskrise im Sommer 2008. Der Aktienwert hatte rund 80 % verloren.

Eine weniger endgültige Form der Krisenbewältigung liegt im Rücktritt von Managern und Politikern. Immer ist es eine als krisenhaft empfundene Situation, die zum Handeln zwingt. Der empfundene Druck der Öffentlichkeit, der Druck von Vorgesetzten, Kunden, Wählern oder Kollegen führt zum Rücktritt von Amt oder Mandat. Ohne Zweifel sind die Betroffenen in eine Krise geraten, aus der sie sich dann durch den entscheidenden Schritt zum Rücktritt befreien können.

Im Falle des Einsturzes des historischen Stadtarchivs von Köln am 03.03.2009 gab es in den Medien zwischen den Verantwortlichen eine wochenlange Schlammschlacht zur Schuldfrage. Dem Kölner Oberbürgermeister wurde von der Opposition die Kompetenz zum Krisenmanagement abgesprochen. Er selbst, die Stadt Köln, die ausführenden



Bauunternehmen der Kölner U-Bahn und die Bauaufsicht führenden Kölner Verkehrsbetriebe KVB standen wochenlang in heftiger öffentlicher Kritik, die Ende März im Verzicht von Schramma auf eine erneute Kandidatur als Oberbürgermeister der Stadt Köln im Herbst 2009 mündete.

### Typen von Krisen

Krisen begegnen uns auf verschiedene Weise. Es gibt unterschiedliche Typen und Ausprägungsformen. Sie wandeln sich mit der Gesellschaft. Wahrnehmung und Bedeutung verändern sich im Laufe der Zeit. Standen vor einigen Jahren noch Umweltkrisen im Mittelpunkt, sind es heute eher Wirtschaft- und Finanzkrisen, soziale Krisen und solche, die durch terroristische Bedrohung entstehen.

Eine Krise, die nicht durch die Medien publik gemacht und begleitet wird, an der die Öffentlichkeit nicht teilnimmt und die nicht im Mittelpunkt der Berichterstattung steht, ist keine Krise.

Diese Feststellung ist natürlich überzogen. Denn die Betroffenen stehen in einer Situation, aus der sie nur schwer oder gar nicht herauskommen. Aber wenn der Fokus der Öffentlichkeit fehlt, wenn niemand Interesse am Ereignis hat, so bleibt es häufig bei einem Unglück, einem Notfall oder einer schwierigen Situation. Aber der Schwellbrand der öffentlichen Wahrnehmung, der immer stärker werdende Druck, das subjektive Gefühl des Rechtfertigungsnotstandes in der Öffentlichkeit durch das große Medieninteresse ist regelmäßig Bestandteil einer Krise.

### Die Rolle der Medien

Medien machen keine Krisen – aber sie berichten darüber, wird aus Mediensicht häufig argumentiert. Sehr oft wird eine Krise durch die Medienberichterstattung gelenkt. Ist die oft überzogene Medienberichterstattung, gerade zu Beginn eines Ereignisses, nicht doch manchmal der Auslöser einer Krise? Wird durch die oft brutale Nabelschau nicht häufig aus einem Unglück eine Krise für die Betroffenen?

Wir leben in einer Mediengesellschaft. Die Macht der Medien ist riesig, erreichen doch die Fernsehsender, dank der elektronischen Kommunikationswege via Satellit und Internet, die Menschen unmittelbar und sehr schnell rund um den Globus, zu jeder Tages- und Nachtzeit. Auch die Tageszei-

tungen und Wochen- oder Monatsmagazine verfügen heute über eine Online-Seite im Internet, auf der sie Vorabmeldungen und Hintergrundinformationen, ja neuerdings sogar Videobeiträge bringen. Dadurch gewinnen sie einen Zeitvorsprung zur eigenen Printausgabe.

### Dem Vertrauensverlust entgegenwirken

Die rasche Berichterstattung der Medien nach einem Ereignis birgt aber auch Chancen für Kommunikationsverantwortliche von Organisationen und Unternehmen. Eine schnelle Informationsweitergabe an die Öffentlichkeit kann meinungsbildend wirken. Denn Kommunikation in einer Krise hat eine zentrale Bedeutung: Sie soll das Vertrauen in die Handelnden erhalten oder wieder herstellen. Kritik am Krisenmanagement kann frühzeitig durch umfassende Informationsweitergabe begegnet werden. Gelingt dies nicht oder nicht rechtzeitig, so entsteht ein großer Vertrauensverlust, der möglicherweise jahrelang aufgebautes Ansehen innerhalb weniger Stunden oder Tage zunichte machen kann. Häufig scheitern die Krisenmanager daran, es folgen persönliche Konsequenzen. Dies führt dann häufig nach der eigentlichen Krise in die weitaus größere Krise – die Kommunikations- oder Medienkrise.

Durch rechtzeitige Kommunikation kann eine Krise oft klein gehalten oder beendet werden – oder sie entsteht erst gar nicht. Dies ist die Aufgabe von Krisenkommunikation als Teil des Krisenmanagements.

#### Endnoten

- 1 Herbst, Dieter (2003): Praxishandbuch Unternehmenskommunikation, S. 331.

#### Der Autor:

**Jorge Klapproth**, Dipl.-Ing., freier Journalist und Medientrainer.

Nach dem Studium der Nachrichtentechnik an der Universität der Bundeswehr in München und seiner Zeit als Berufsoffizier gründete er ein Medienproduktionshaus und war in der aktuellen Berichterstattung für öffentlich-rechtliche und private Fernsehsender tätig. Als Chefredakteur führte er fünf Jahre lang Redaktion und Programm eines regionalen Fernsehsenders. Seit 2004 hat er sich auf Kommunikations- und Medientrainings für Führungskräfte der deutschen Wirtschaft, von Behörden, Verbänden und Organisationen spezialisiert. Er ist Beauftragter der Bundeswehr für Zivil-Militärische Zusammenarbeit und Mitglied im Krisenstab seines Landkreises. Eine erste Buchveröffentlichung „Kommunikation in der Krise“ ist für den Herbst 2009 geplant.

