

Stephan Kronenburg

Schadensbegrenzung in der Krise

Ein Bistumssprecher zum Vorwurf schlechter
Öffentlichkeitsarbeit im Missbrauchsskandal

Wenn eine angesehene Zeitschrift wie *Communicatio Socialis* sich unter der Überschrift „Gefährdete Marke“ mit der „Krisenkommunikation der katholischen Kirche im Missbrauchsskandal“ beschäftigt (Florian Ditges in Heft 2/2010), dann erwartet man als Pressesprecher eines deutschen Bistums einen Beitrag, der zum Nachdenken anregt und möglicherweise sogar Perspektiven aufzeigt, um das eigene Verhalten zu überdenken oder zu professionalisieren. Die Spannung und Erwartungshaltung steigt natürlich noch, wenn im Vorwort ein „prononcierter Beitrag“ angekündigt wird, der schon bei den Verantwortlichen von *Communicatio Socialis* selbst, so liest man, heftig umstritten war. Vielleicht endlich einmal eine Kritik, die im besten Sinne des Wortes, nicht einfach nur populistisch ist oder allen Klischees hinterherläuft, sondern die unterscheidet und weiterführt?

Wie groß war dann aber bei mir die Enttäuschung, nachdem ich den Beitrag gelesen habe. Sicherlich ist meine Perspektive subjektiv. Sie ist nur die Wahrnehmung eines, um den Autor zu zitieren, „überforderten ‚Sprechers‘“. Aber dennoch musste ich mich dauernd fragen, was an diesem Text „prononciert“ sein soll. Zur Seite gelegt, noch mal gelesen: keine Antwort gefunden. Offensichtlich ist heute ein Text bereits dann prononciert, wenn man als Autor – ganz augenscheinlich ohne auch nur den Versuch irgendeiner ernsthaften Recherche unternommen zu haben – die Urteile über das angebliche Kommunikationsverhalten der katholischen Kirche wiederholt, die seit Wochen als Kalb, wenn nicht schon als Kuh, durch die deutsche Medienwelt getrieben werden.

Um es gleich vorweg zu nehmen: Nein, es geht mir nicht im Entferntesten darum, in dieser Entgegnung auf den Beitrag irgendeine Medienschelte zu betreiben. Es geht mir darum, deutlich zu machen, dass dieser Beitrag nicht prononciert ist, sondern schlecht recherchiert, populistisch sowie behauptend statt belegend. Und – bei allem Respekt – in den Empfehlungen ist er ebenso banal wie nicht weiterführend im Blick auf mögliche Lösungsansätze. Schade, denn Probleme und Schwächen in der (Krisen-)Kommunikation der katholischen Kirche gibt es ganz sicher. Das Problem im Hinblick auf den sexuellen

Missbrauch in der Kirche ist, um auch das wirklich ganz unmissverständlich festzuhalten, natürlich nicht das eines „Kampagnen-Journalismus“, sondern es liegt in der Tat darin, dass über viele Jahrzehnte viel vertuscht wurde und dass Verantwortlichen offensichtlich in vielen Fällen Täterschutz wichtiger war als die Sorge um die Opfer.

Das haben im Übrigen eine ganze Reihe von deutschen Bischöfen genau so gesagt. Und es hätte keinen großen Recherche-Aufwand erfordert, das herauszufinden. Aber das interessiert den Autor offensichtlich nicht, passt es doch nicht in sein Bild von „Leugnern. Abwiegeln. Verharmlosen“. Unbestritten, dass es auch das gab und gibt. Aber ist „Leugnern. Abwiegeln. Verharmlosen“ wirklich „beispielhaft für das Kommunikationsverhalten und -versagen großer Teile der katholischen Kirche in ihrer schwersten Krise seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges“? Nein, das ist es nicht! Nun kann man natürlich anderer „prononciierter“ Auffassung sein, aber würde es dann nicht doch zur Sorgfaltspflicht gehören, dies zu belegen? Das ZDF-Politikbarometer belegt in diesem Zusammenhang nichts: Die Zahlen spiegeln nur das wider, was wir ähnlich in allen Krisen bei allen Unternehmen oder Institutionen beobachten können. Im Moment der Krise selbst können Institutionen und Unternehmen in aller Regel nur Schadensbegrenzung betreiben. Eine positive oder positivere Imagebildung braucht dann vor allem dies: Maßnahmen, die die Ursache der Krise bekämpfen, und Zeit.

Im Übrigen wählt der Autor nur die wenigen – wenn auch natürlich medienwirksamen – Beispiele aus, die seine Behauptung zu belegen scheinen: Bischof Mixa, Bischof Müller, Bischof Overbeck, Bischof Zollitsch, Pater von Gemmingen. Einen bunten Mischmasch aus ganz unterschiedlichen Äußerungen und Verhaltensweisen wirft er in einen Topf, um damit seine These vom „Abwiegeln, Abwarten, Aussitzen, Ablenken“ zu belegen. Als „eine der wenigen vernehmbaren selbstkritischen Stimmen“ zitiert er Kardinal Lehmann. Aber: Gab es wirklich so „wenig vernehmbare selbstkritische Stimmen“? Was ist mit Bischof Ackermann, Erzbischof Marx, Erzbischof Schick, Kardinal Sterzinsky, Bischof Bode, Bischof Genn etc.? Soll ich die Liste wirklich fortschreiben und die Stimmen dieser Erzbischöfe und Bischöfe zur Verfügung stellen? Nein, denn wer es übernimmt, einen „prononcierten“ Beitrag zu schreiben, der hat die Aufgabe, das Thema entsprechend zu recherchieren. Ich will erst gar nicht danach fragen, ob versucht wurde, mit irgendeinem der Beteiligten einmal zu sprechen, in unmittelbaren Dialog zu treten.

Doch selbst die im Beitrag genannten Beispiele unterstützen längst nicht alle Thesen. Auch ich muss nun natürlich beispielhaft

werden, versuche aber das prononciert zu tun. So schreibt der Autor von „selbstgefälligen und selbstgerechten Auftritten“ vieler (!) Kirchenvertreter in Talkshows. Wie viele Talkshows mit entsprechenden Auftritten hat der Autor gesehen? Weihbischof Jaschke bei „Hart aber Fair“: selbstgefällig? Bischof Ackermann bei „Illner“: „selbstgerecht“? Die Liste könnte ich beliebig verlängern. Weiter schreibt der Autor, die Telefon-Hotline sei „zunächst ebenfalls im Tsunami der Negativ-Berichterstattung untergegangen“. Wie kommt er darauf? Soll ich ihm wirklich die Berichterstattung über die Hotline zukommen lassen? Wenn die These richtig wäre: Wie kommt es dann, dass es bis Anfang Juli mehr als 22 000 Anrufversuche gab und fast 3000 Beratungsgespräche geführt wurden?

Ein gutes Beispiel für die Grund-Unsystematik des Autors: er behauptet. Und verzichtet schlicht darauf, auch nur irgendwelche substantiellen Nachweise für seine Behauptungen zu erbringen. Hierfür noch ein weiteres Beispiel: Es heißt im Beitrag, dass die katholische Kirche zu wenig in ihre Öffentlichkeitsarbeit investiere. Mich würde interessieren: Wie viel investiert sie denn? Ist das Personal wirklich so wenig fachlich kompetent, wie der Autor schreibt? Gibt es wirklich nur „Schönwetter-PR“? Und woran kann man das festmachen?

Schließlich gibt der Autor den überforderten Kommunikations-Verantwortlichen in der katholischen Kirche dankenswerterweise noch Anregungen, wie sie mit der nächsten Krise kompetenter umgehen können. Diese gipfeln in der Empfehlung: „Offen und offensiv vorzugehen, ist die beste Strategie.“ Ich muss sagen (Achtung, jetzt wird es ironisch): Ich bin beeindruckt und danke sehr für diese Erkenntnis. Sie kommt derart überraschend, stellt alles, was wir bislang dachten auf den Kopf, und sie wird es uns sicher ungemein erleichtern, mit der nächsten Krise deutlich professioneller umzugehen. Weil: das wussten wir nun bislang wirklich noch nicht.

Ich könnte noch vieles Weitere zu diesem Beitrag schreiben: von seiner Widersprüchlichkeit (einerseits ist die Kirche für den Autor streng hierarchisch, und doch sagt offenbar jeder, was er will), von dem „oberflächlichen oder auch kaum vorhandenen Wissen“ der Medien-Rezipienten (wenn ich den Beitrag lese, kommt mir ganz ehrlich ein ganz anderer Verdacht) oder von der Diktion, die ich nicht als „prononciert“, sondern in manchen Passagen wirklich als höchst empathisch (das war jetzt auch ironisch gemeint) empfinde. Wenn der Autor mir nun aber sagt, dass er für diesen Beitrag auch nur in irgendeiner Form recherchiert hat, dann verliere ich in der Tat und auf der Stelle jeden Glauben an einen anspruchsvollen Journalismus oder an professionelle Kommunikationsanalysen.