OBS-Arbeitsheft 114



Marlis Prinzing,
Mira Keßler, Melanie Radue

Berichten über Leid und Katastrophen

Die Ahrtalflut 2021 aus Betroffenen- und Mediensicht sowie Lehren für künftige Krisen

EIN PROJEKT DER OTTO BRENNER STIFTUNG
FRANKFURT AM MAIN 2024

OBS-Arbeitsheft 114
ISSN-Print: 1863-6934
ISSN-Online: 2365-2314

Herausgeber:
Otto Brenner Stiftung
Jupp Legrand
Wilhelm-Leuschner-Straße 79
D-60329 Frankfurt am Main
Tel.: 069-6693-2810
E-Mail: info@otto-brenner-stiftung.de
www.otto-brenner-stiftung.de

Für die Autorinnen:
Dr. Marlis Prinzing
Macromedia Hochschule Köln
E-Mail: m.prinzing@macromedia.de

Redaktion:
Benedikt Linden (OBS)

Lektorat:
Robin Koss (OBS)

Satz und Gestaltung:
Isabel Grammes, think and act

Druck:
AC medienhaus GmbH, Wiesbaden

Titelbild:
Christian/AdobeStock.com

Redaktionsschluss:
8. Juli 2024

Hinweis zu den Nutzungsbedingungen:

Dieses Arbeitsheft ist unter der Creative Commons „Namensnennung – Nicht-kommerziell – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International“-Lizenz (CC BY-NC-SA 4.0) veröffentlicht.

Die Inhalte sowie Grafiken und Abbildungen dürfen, sofern nicht anders angegeben, in jedwedem Format oder Medium vervielfältigt und weiterverbreitet, geremixt und verändert werden, sofern keine Nutzung für kommerzielle Zwecke stattfindet. Ferner müssen angemessene Urheber- und Rechteangaben gemacht, ein Link zur Lizenz beigefügt und angeben werden, ob Änderungen vorgenommen wurden. Weitere Details zur Lizenz entnehmen Sie bitte der Lizenzinformation auf https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de

In den Arbeitsheften werden die Ergebnisse der Forschungsförderung der Otto Brenner Stiftung dokumentiert und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Für die Inhalte sind die Autorinnen und Autoren verantwortlich.

Download und weitere Informationen:
www.otto-brenner-stiftung.de

Vorwort

Anfang Juni 2024 musste in einigen Landkreisen Bayerns und Baden-Württembergs der Katastrophenfall ausgerufen werden. Starke Regenfälle hatten Flüsse über ihre Ränder treten lassen, Überschwemmungen verursacht und fünf Menschen in den Tod gerissen. Das Medieninteresse an der Naturkatastrophe war auch überregional groß.

Ein Grund für diese hohe Aufmerksamkeit dürfte die Flutkatastrophe im Ahrtal drei Jahre zuvor gewesen sein: Vom 14. auf den 15. Juli 2021 hatte vor allem die Ahr in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen extreme Verwüstungen angerichtet. 185 Menschen verloren ihr Leben. Besonders tragisch war, dass durch Fehlentscheidungen und Kommunikationsprobleme offizieller Stellen viele Anwohner*innen zu spät gewarnt oder evakuiert wurden. Juristisch und politisch begann eine über Jahre andauernde Aufarbeitung. Der rheinland-pfälzische Innenminister Roger Lewentz (SPD) trat im Oktober 2022 aufgrund seiner Rolle in den Katastrophentagen zurück. Die Flutkatastrophe im Ahrtal gibt bis heute Anlass für mediale Berichte und bleibt weiterhin Gegenstand öffentlicher Debatten.

Eine Leerstelle fällt dabei allerdings ins Auge. Bei der Aufarbeitung und auch in den wissenschaftlichen Analysen der Flutgeschehnisse von 2021 wird bisher nur selten über die Rolle der Medien gesprochen. Dabei wurde Beobachter*innen vor Ort schnell klar, dass sich unter den Betroffenen im Ahrtal Kritik und Frust nicht nur auf politische Entscheidungsträger*innen und das Agieren der Behörden bezog. Auch die Medien waren ‚mitgemeint': Manche Betroffene oder ihnen helfende Personen fühlten sich bedrängt, missverstanden oder gestört von Berichterstatter*innen oder sie stießen sich an den negativen Beiträgen sowie an einem ihrer Ansicht nach zu starken Fokus auf die Besuche hochrangiger Politiker*innen. Auch die Reporter*innen vor Ort arbeiteten in einer Extremsituation, die ihnen selbst emotional zusetzte. Die Wenigsten waren auf einen solchen Katastropheneinsatz vorbereitet.

Es erweist sich als unerlässlich, dass Journalist*innen professioneller auf Krisen vorbereitet sein müssen. Eine Reihe von Fragen drängen sich auf: Welche Erwartungen und Ansprüche an Berichterstattung formulieren Betroffene? Welche Erfahrungen mit Medien haben sie bisher gemacht? Worauf sind Frustrationen und Verständigungsprobleme zwischen Medienmacher*innen und -rezipient*innen zurückzuführen? Wie werden die belastenden Eindrücke verarbeitet? Und was muss sich strukturell verbessern, damit Medien ihre teilweise unterschätzte Rolle in Krisen besser wahrnehmen können?

Die Otto Brenner Stiftung hat mit einem Team um die Kölner Medienwissenschaftlerin Marlis Prinzing (Macromedia Hochschule) kompetente Expertinnen für die Untersuchung dieser Fragen gewonnen. Mit ihrer als „verständigungsorientierte Beziehungsstudie“ zu verstehenden Analyse legen die Wissenschaftlerinnen eine Pionierarbeit vor: Sie leisten anhand der Ahrtalflut 2021 einen Abgleich von journalistischer Praxis und öffentlicher Wahrnehmung der Medienarbeit in Krisensituationen. In zwanzig Expert*inneninterviews mit Berichterstatter*innen, Betroffenen und Helfer*innen im Flutgebiet geben sie die Wahrnehmungen und Erwartungen der unterschiedlichen Akteursgruppen hinsichtlich des medialen Umgangs mit Emotionen, einer sachgerechten Berichterstattung und der Rolle des Empowerments und damit auch konstruktiver Elemente in der medialen Darstellung der Geschehnisse wieder.

Aus den Ergebnissen lassen sich wichtige Erkenntnisse für die Zukunft ziehen. So zeigt sich, dass Betroffene die Journalist*innen oftmals mit ‚rollenfremden‘ Ansprüchen konfrontierten. Erwartet wurde beispielsweise, dass Medienakteur*innen bei Aufräumarbeiten nicht untätig danebenstehen, sondern mithelfen. Taten sie das nicht, konnten eine kritische Grundhaltung oder die Weigerung, mit ihnen zu sprechen, die Folge sein. Auch Zweifel, welche Rolle in dieser Extremsituation nun wichtiger war – die helfende oder die berichtende – brachte Journalist*innen selbst vorübergehend in einen Rollenkonflikt. Überraschend große Übereinstimmung zwischen Berichtenden und Betroffenen gab es in der Überzeugung, dass die explizite Darstellung der Schicksale und Emotionen der Betroffenen eine Möglichkeit ist, ortsfremden Rezipient*innen nahezubringen, was die Flut im Ahrtal für die Anwohner*innen bedeutete. Empathie in der Begegnung mit den Betroffenen sowie Emotionen in der Berichterstattung, so eine weitere Schlussfolgerung der Studie, müssen künftig also eher aufgewertet werden. Auch ist es wichtig, Rollenkonflikte oder widerstreitende Ansprüche an Journalist*innen öffentlich darzustellen. Die Chancen, dass dies auf offene Ohren stößt, stehen gut: Eine *Spiegel-Online*-Journalistin formulierte in ihrem Jahresrückblick 2021 angesichts ihrer Erlebnisse im Ahrtal: „Wie soll ich da journalistische Distanz wahren?“ und 2024, wenige Tage nach den Überschwemmungen in Bayern, reflektierte eine Lokaljournalistin im Onlinemagazin *Übermedien* ihre Belastungen und Konflikte als Reporterin vor Ort. Diesen Weg, der auch zu mehr gesellschaftlicher Krisenkompetenz führen kann, gilt es weiter zu beschreiten. Stiftung und Autorinnen hoffen, mit dieser Studie einige Anregungen dafür zu liefern.



Jupp Legrand
Geschäftsführer der OBS

Frankfurt am Main, im Juli 2024

Inhalt

1 Einleitung: Die Ahrtalflut 2021 als Lehrbeispiel, wie sich künftig besser über Schmerz und Leid berichten lässt 5

2 Die Ausgangslage 7

2.1 Die Flutkatastrophe im Juli 2021 und ihre Aufarbeitung 7

2.2 Die Diskussionen der erbringbaren sowie der erbrachten Medienleistung 13

3 Theoretische Fundierung und Forschungsstand 22

4 Forschungsdesign: Leitfadeninterviews und Medieninhaltsanalyse zur Ahrtalflut 29

4.1 Aufbau der Studie, Zielsetzung und zentrale Fragestellungen 29

4.2 Die qualitativen Interviews zur persönlichen Wahrnehmung der Berichterstattung und Medienproduktion (ein Blick hinter die Kulissen) 30

4.3 Forschungsethische Reflexion bezogen auf die Interviews 38

4.4 Die Medieninhaltsanalyse: Berichterstattung zur Flut im Juli 2021 und ein Jahr danach 39

5 Wahrnehmungen, Erwartungen und Ansprüche der Berichtenden: Befunde aus den Leitfadeninterviews 44

5.1 Das Arbeitsumfeld vor Ort als Herausforderung an die Berichterstattung 44

5.2 Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in der Wahrnehmung der Öffentlichkeitsakteur*innen und ihrer Arbeit vor Ort 48

6 Wahrnehmungen, Erwartungen und Ansprüche der Betroffenen und Helfenden: Befunde aus den Leitfadeninterviews 68

6.1 Das Lebensumfeld vor Ort als Herausforderung für Betroffene und Helfende 68

6.2 Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in der Wahrnehmung der Betroffenen und Helfenden sowie ihr Umgang mit Öffentlichkeitsakteur*innen 71

7 Der Vergleich der Perspektiven: Worin gleichen und unterscheiden sich die Wahrnehmungen von Öffentlichkeitsakteur*innen sowie Betroffenen und Helfenden? 89

8 Die Berichterstattung vor und hinter den Kulissen der Flutkatastrophe: Erkenntnisse aus dem Vergleich der Leitfadeninterviews und der Medieninhaltsanalyse 95

8.1 Die Situation vor Ort: Die Auswirkungen der Flut auf Betroffene, Helfende und Berichtende 96

8.2 Empathie: Welche Rolle spielen Emotionen im Umgang mit betroffenen und helfenden Menschen vor Ort und in ihrer medialen Darstellung? 98

8.3 Sachgerechtigkeit: Welche Rolle spielt sie im Umgang mit betroffenen und helfenden Menschen vor Ort und ihrer medialen Darstellung? 107

8.4 Empowerment: Welche Rolle haben konstruktive, handlungs- und lösungsorientierte Aspekte im Umgang mit betroffenen und helfenden Menschen vor Ort und ihrer medialen Darstellung? 111

8.5 Fallbeispiele für weitere, direkte Medienerfahrungen Betroffener, Helfender und Berichtender 117

8.6 Betroffene im Spotlight: Das Magazinformat *Aktuelle Stunde* (WDR) 121

9 Praktische Relevanz: Fazit und Ausblick 127

9.1 Fazit: Journalismus und Gesellschaft – verständigungsorientierte Beziehungspflege 127

9.2 Was tun? Handlungsempfehlungen 129

Literaturverzeichnis 135

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen 142

Hinweise zu den Autorinnen 143

WICHTIG – TRIGGERWARNUNG

In diesem Forschungsbericht werden an manchen Stellen die Todesumstände einiger Flutopfer und emotionale Belastungen von Angehörigen beschrieben. Wenn für die Leser*innen Themen wie Tod, Trauer oder Suizid belastend sind oder sie selbst von den Ereignissen der Flut betroffen sind, empfehlen wir, den Forschungsbericht nicht zu lesen. Sollten Sie selbst oder Angehörige von Suizidgedanken betroffen sein, erhalten Sie telefonisch unter 0800 1110111 oder per Mail und Chat unter online.telefonseelsorge.de jederzeit Hilfe.

Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird möglichst der geschlechtsneutrale Begriff verwendet, aber auch die mit Sternchen verbundene Sprachform. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

1 Einleitung: Die Ahrtalflut 2021 als Lehrbeispiel, wie sich künftig besser über Schmerz und Leid berichten lässt

Sachgerecht und empathisch, verantwortungsbewusst und nützlich – auf Ansprüche wie diese sollten sich viele Rezipient*innen und Öffentlichkeitsakteur*innen (Journalist*innen ebenso wie Akteure bürgerschaftlicher Portale) bezogen auf Medienbeiträge verständigen können. Ein Ziel dieser Studie ist es zu zeigen, inwiefern auseinanderklafft, was sie jeweils unter ‚empathisch', ‚sachgerecht', und ‚empowernd' verstehen und wie sie die entsprechenden Kriterien gewichten. Außerdem soll deutlich werden, welche weiteren Ansprüche und Erwartungen aneinander bestehen und wie sich diese insbesondere beim Berichten über Krisen und über von Krisen Betroffene besser zur Geltung bringen lassen.

Ein Ansatzpunkt ist die im Kontext der Flutkatastrophe im Juli 2021 in Teilen von Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz immer wieder geäußerte Kritik an Medien, sie hätten zu spät, zu oberflächlich, fehlerhaft berichtet oder seien auf Sensationalismus aus; zudem wurde das Auftreten mancher Journalist*innen als deplatziert und aufdringlich empfunden. Eine in weiten Teilen vergleichbare Publikumskritik lässt sich in vielen Katastrophen, Notlagen und Extremsituationen feststellen (wie Naturkatastrophen, Pandemien), die Leistung von Medien als Warninstanz (beziehungsweise das Nichterfüllen dieser Warnfunktion) hingegen spielt vor allem bei sich ankündigenden Krisen wie einer Flut eine Rolle.

Ein weiterer Ansatzpunkt der Studie ist die Annahme, dass ein großer Teil der Kritik auf Verständigungsproblemen zwischen Öffentlichkeitsakteur*innen und ihrem Publikum beruhte, auf die gerade in einer Krise besonders empfindlich reagiert wird. Auf Menschen in einer akut außerordentlich schwierigen Lage und auch auf jene, die ihnen helfen, sind dann Kameras gerichtet, Mikrofone und Smartphones, eben weil das, was sie erleiden und wie sie reagieren, von einem hohen öffentlichen Interesse ist. Von einer solchen Medienaufmerksamkeit profitieren allerdings auch die Betroffenen selbst, indem sie sich in einer solch schwierigen Lebenslage wahrgenommen und mit Informationen versorgt fühlen.

Die vorliegende Studie verschafft diesbezüglich neue Erkenntnisse, weil sie sowohl die Wahrnehmungen, Erfahrungen und Einschätzungen der persönlich von Krisen Betroffenen und der ihnen helfenden Personen, als auch jener, die als kritische Beobachter- und Informationsinstanz vor Ort sind, systematisch ermittelt und auswertet sowie daraus Lerneffekte in Form einer Handreichung nutzbar macht.

Die Studie konzentriert sich auf das „Fallbeispiel Ahrtal", weil diese Region besonders stark betroffen war und weil sich anhand vergleichbarer Kontexte generalisierbare Muster und Prinzipien besser identifizieren lassen. Die Aspekte Empa-

thie, Sachgerechtigkeit und Empowerment werden im Akteursdreieck Medien, Betroffene und Helfende aus zwei Blickwinkeln beleuchtet: Die für die Studie geführten Interviews erfassen die Wahrnehmungen der Verhältnisse vor Ort, des Umgangs der Akteursgruppen untereinander und der Medienarbeit sowie der Art, wie Journalist*innen auftraten. Mit einer Medieninhaltsanalyse wird die tatsächliche Berichterstattung entlang der Aspekte Empathie, Sachgerechtigkeit, Empowerment untersucht, worüber ein kursorischer Abgleich mit den Interviewaussagen ermöglicht wird.

Die Studie verdeutlicht das Potenzial von Medien als eine die Krisenkompetenz in der Gesellschaft stärkende Instanz

In qualitativen Leitfadeninterviews wurde also erfragt: Wie hatten die Betroffenen und Helfenden die „Öffentlichkeitspräsenz“ von Medien erlebt? Welche Erwartungen stellten sie an Journalist*innen: Was sollen diese leisten, welche Rolle übernehmen? Inwiefern deckten oder widersprachen sich diese Ansprüche mit den Vorstellungen der Journalist*innen? Inwiefern unterschieden sich diese von anderen Öffentlichkeitsakteur*innen? Die Interviewten aus den drei Akteursgruppen – Betroffene, Helfende, Berichtende – wurden jeweils bezogen auf die drei Prinzipien Empathie, Sachgerechtigkeit, Empowerment befragt. Die Fragen stützten sich auf Sachrecherchen sowie auf den Forschungsstand zu Wirkung und Folgen von Berichterstattung über Menschen in schwierigen Situationen. Weil die Erwartungen von Betroffenen an Journalismus sowie die Selbstwahrnehmung der erbrachten Leistung durch Journalist*innen naturgemäß subjektiv sind, wurden exemplarisch audiovisuelle Beiträge und Printmedien entlang derselben Prinzipien (Emotion, Sachgerechtigkeit, Empowerment) und Akteursgruppen analysiert. Danach wurden Wahrnehmung und Umsetzung, also die Befunde aus den Interviews und aus den Medieninhaltsanalysen zueinander in Bezug gebracht, um widersprüchliche Erwartungen und Ansprüche herauszuarbeiten.

Als Fazit wird eine Handreichung vorgestellt mit Empfehlungen für eine empathische, sachgerechte und Resilienz fördernde Berichterstattung über extreme Situationen auf professionsethischer Basis, für Empathie in der persönlichen Begegnung mit Betroffenen sowie für strukturelle Vorkehrungen, die sicherstellen, dass die zu erbringende Medienleistung auch erbringbar ist. Die Ahrtalflut bestätigte die schon in der Corona-Pandemie wieder stärker ins Bewusstsein gerückte Systemrelevanz journalistischer Medien gerade in Krisen. Die Studie verdeutlicht das Potenzial von Medien als eine die Krisenkompetenz in der Gesellschaft stärkende Instanz und versteht sich als Impuls für weitere Diskussionen und Reflexionen hierzu.

2 Die Ausgangslage

2.1 Die Flutkatastrophe im Juli 2021 und ihre Aufarbeitung

Der Starkregen im Juli 2021 richtete in vielen westeuropäischen Ländern – wie Belgien, Niederlande, Frankreich und Luxemburg – verheerende Zerstörungen an. In Deutschland wird laut Bericht der Bundesregierung (2022, S. 5–8) dieses Starkregen- und Hochwasserereignis als das schlimmste seit der Sturmflut in Hamburg 1962 eingeschätzt. Dichte Bebauung und großflächige Versiegelung, durch mehrere Regenereignisse gesättigte Böden, Regenmengen von bis zu 150 Litern pro Quadratmeter, aber auch erhebliche Lücken und Fehler in den Frühwarnsystemen, Warnketten und der Kommunikation summierten sich zu einem enormen Schadensausmaß.

Von unterschätzten Warnungen bis zur Katastrophe im Ahrtal

Das Europäische Flutwarnsystem EFAS warnte erstmals am Samstag, 10. Juli 2021 vor einer Flut im Westen Deutschlands und zeigte am 12. Juli an der Ahr bereits die höchste Warnstufe an. Das Sturmtief „Bernd“ brachte am 14. Juli 2021 im Einzugsgebiet der Ahr an einem einzigen Tag mehr Regen als durchschnittlich sonst im ganzen Monat Juli. Am Vormittag lag der Pegelstand der Ahr bei Altenahr bei 0,9 Meter, um 17.30 Uhr bei 2,78 Meter, um 19.30 Uhr bei 3,92 Meter und bis um 23 Uhr bei mindestens sieben, vermutlich aber über zehn Metern (Büchs et al. 2023, S. 11–18). Der Katastrophenfall wurde im Landkreis Ahrweiler am 14. Juli kurz nach 23 Uhr ausgerufen. In der gesamten Region hatte da die Katastrophe längst ihren Lauf genommen, Einsatzfahrzeuge kamen nicht mehr durch, vielerorts war der Strom ausgefallen und dadurch auch völlige Dunkelheit eingekehrt. Bei Tagesanbruch wurde das Ausmaß erahnbar; der Regen hatte aufgehört, die Pegelstände sanken.

Vorläufige Bilanz: 185 Tote, 30 Milliarden Euro Sachschaden.

In der Nacht auf den 15. Juli 2021 starben 136 Menschen in Rheinland-Pfalz und 49 in Nordrhein-Westfalen; das jüngste Opfer war vier, das älteste 97 Jahre alt. Die Länder Rheinland-Pfalz sowie Nordrhein-Westfalen waren mit materiellen Schäden in geschätzter Höhe von über 30 Milliarden Euro massiv betroffen, ferner Bayern und Sachsen. Besonders hart traf die Flutkatastrophe auch in dieser Hinsicht die rheinland-pfälzische Region. Im Ahrtal erlitten 42.000 Anwohner*innen Sachschäden, jeder dritte von ihnen durch Gebäudeverluste oder schwere Gebäudeschäden (Bundesregierung 2022, S. 5–8). Die Infrastruktur war teilweise verwüstet. Etliche Schulen, Kindertagesstätten, Kliniken, zahlrei-

che Arztpraxen sowie Unternehmen (darunter 65 Winzerbetriebe samt vielen Rebhängen) wurden völlig zerstört. Nur 35 von 112 Brücken im Ahrtal waren noch voll nutzbar und weitere 17 eingeschränkt, acht Eisenbahnbrücken waren kaputt sowie 20 Kilometer Gleise. 74 Kilometer Straße waren beschädigt und 5,2 Kilometer Straße zerstört, ebenso tausende Autos (Bundesregierung, 2022; Büchs et al., 2023: S. 24; Zurich Versicherung, 2022).

Solidarität und Hilfsbereitschaft

Feuerwehr, Polizei, Rettungsdienste, THW und Bundeswehr-Kräfte halfen im Großeinsatz. Der Beistand von Seelsorgern war für viele Betroffene enorm wichtig (vgl. als Beispiel Meyrer 2022), ebenso psychologische Hilfe. An der von flutbedingten Zerstörungen ebenfalls stark betroffenen Dr. von Ehrenwall'schen Klinik in Ahrweiler richteten Psycholog*innen um Chefärztin Dr. Katharina Scharping beispielsweise eine Flut-Hilfe-Hotline und eine Anlaufstelle für Flutbetroffene, Angehörige und belastete Helfende ein.

Strukturen zur Koordination der Helfenden fehlten und mussten ad hoc organisiert werden

Die Bilder und Berichte über die Katastrophe lösten eine große Welle der Solidarität und Hilfsbereitschaft aus der Gegend und von weither aus. Tausende Menschen kamen ins Ahrtal und halfen beim Aufräumen und beim Wiederaufbau. Das war einerseits sehr nützlich, andererseits offenbarte sich hierin ein weiteres Versäumnis: es fehlte eine Organisationsstruktur für Spontanhelfer*innen im Notfall. Privatpersonen sprangen in die Bresche und richteten zum Beispiel einen Shuttleverkehr ein, über den sie organisierten, dass die Helfenden auf Orte verteilt werden konnten, wo Hilfe nötig war, ohne die teilweise ohnehin nur schwer befahrbaren Straßen durch zu viel Verkehr zu überlasten. Helfende organisierten sich vielfältig, zum Beispiel über Facebook-Gruppen, Facebook-Seiten, Webseiten; einen Überblick dazu und zu weiteren Initiativen für Katastrophenhilfe und Wiederaufbau findet sich in einem Buch über Helfergeschichten, das Annett Baumgartner zusammengestellt hat (Baumgartner 2022, S. 390 f.). Manche verstetigten ihr Engagement wie beispielsweise das aus einem Zusammenschluss von Ersthelfer*innen entstandene „Hoffnungswerk". Diese Initiative startete unter anderem mit Angeboten für psychosoziale Hilfen und richtete mittlerweile feste Begegnungsorte in Ahrweiler und Altenahr sowie einen „Kids-Bus" ein.

Zahllose Menschen halfen mit *Sach- und Geldspenden*. Auch hierfür war Koordination nötig. Hier lässt sich das Spenden-Verteilzentrum Ahrtal (SVZ) als ein Beispiel anführen, das ein Ahrtaler bereits am Morgen des 15. Juli 2021 gemeinsam mit einem Team aufzubauen begann. Das SVZ regelte und organisierte unbürokratisch und in Kooperation mit Land und Landkreis die bedarfsgerechte Vergabe tatsächlich benötigter Waren und wurde zu einer wichtigen Anlaufstelle für Spendenangebote von Unternehmen und Privatpersonen.

Bund und Land unterstützen den Wiederaufbau in Milliardenhöhe. Bei der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz wurden bis Juni 2024 insgesamt 16.686 Anträge gestellt, 16.013 davon bewilligt mit einem Gesamtvolumen von 1.265,5 Millionen Euro. Hilfen aus dem Wiederaufbaufonds können noch bis 30. Juni 2026 beantragt werden (ISB 2024).

Etliche Augenzeug*innen schrieben auf, was ihnen widerfahren war, einige veröffentlichten es, nach eigener Aussage auch, um das Erlebte zu verarbeiten, um Mut zu machen sowie um zu verhindern, dass die Katastrophe vergessen wird (vgl. zum Beispiel: Dela 2022; Ebert 2021; Martin 2021; Meyrer 2022; Neumann 2021; Neumann 2022; Reichling 2022). Auch Helfende schilderten ihre Erfahrungen (vgl. zum Beispiel: Baumgartner 2022; Fischer & Wipperfürth 2022; Ivanova 2023). Eine der ersten Betroffenenschilderungen erschien knapp ein Vierteljahr nach der Flutnacht (Neumann 2021) und schaffte es auf Platz Eins der *Spiegel*-Bestsellerliste.

Politische und juristische Aufarbeitung: Fahrlässig? Uneinsichtig oder reuevoll?

Bereits unmittelbar nach der Flutnacht stand die Frage im Raum, ob dieses Ausmaß der Katastrophe hätte verhindert werden können, wenn rechtzeitig gewarnt, evakuiert und weitere geeignete Maßnahmen getroffen worden wären (vgl. Staib 2021; WDR 2022; Kirschstein 2023).

Anfang August 2021 begann die Staatsanwaltschaft Koblenz den Anfangsverdacht der fahrlässigen Tötung und der fahrlässigen Körperverletzung infolge möglicherweise unterlassener oder verspäteter Warnungen und Evakuierungen zu prüfen. Im Zentrum der Kritik stand der damalige Landrat des Kreises Ahrweiler, Jürgen Pföhler (CDU).

Im Zentrum der Kritik stand der damalige Landrat des Kreises Ahrweiler, Jürgen Pföhler (CDU)

Am 22. September 2021 beschloss der rheinland-pfälzische Landtag, einen Untersuchungsausschuss einzusetzen. Ziel des Ausschusses war eine Beweisaufnahme, um mögliche Fehlentscheidungen und Pflichtverletzungen bezogen auf die Flutkatastrophe im Ahrtal aufzuklären: Wurde zu spät gewarnt und nicht deutlich genug? Waren der Hochwasserschutz nicht gut genug organisiert und das Krisenmanagement sowie die Frühwarnsysteme und Meldeketten lückenhaft? Im Oktober 2021 nahm der Untersuchungsausschuss seine Arbeit auf. 42 Sitzungen fanden statt, 227 Zeugen und 20 Sachverständige wurden angehört, 6.700 Seiten Protokoll wurden erstellt; nach eineinhalb Jahren, im April 2023, wurde die Beweisaufnahme abgeschlossen (Jordan 2023).

Jürgen Pföhler wurde vorgeworfen, Warnungen vor Rekord-Pegelständen zu spät weitergegeben und den Katastrophenfall erst nach 23 Uhr, als bereits Häuser von den Wassermassen mitgerissen worden waren, ausgerufen zu haben; er ließ sich beurlauben und wurde am 31. Oktober 2021

in den Ruhestand versetzt. Zu seiner Nachfolgerin wurde 2022 Cornelia Weigand gewählt. Die parteilose Biologin war zuvor Bürgermeisterin der Verbandsgemeinde Altenahr. Sie hatte am 14. Juli 2021 mehrfach vergeblich versucht, den Landrat auf die Brisanz der Situation hinzuweisen, darunter um 16.18 Uhr mit dem Anruf, er, der dazu als einziger befugt war, möge einen Katastrophenalarm auslösen (Kirschstein 2023, S. 51ff.).

Vor dem Untersuchungsausschuss verweigerte Pföhler die Aussage.

Das Ermittlungsverfahren gegen ihn wegen des Anfangsverdachts auf fahrlässige Körperverletzung und fahrlässige Tötung endete vorerst mit der Erklärung des zuständigen Oberstaatsanwalts Mario Mannweiler aus Koblenz am 18. April 2024, die Ermittlungen seien abgeschlossen, Pföhler werde nicht angeklagt (vgl. Spangenberger & Jordan 2024; Tagesschau 2024). Einige Hinterbliebene wehren sich juristisch dagegen. Nun muss die Generalstaatsanwaltschaft Koblenz entscheiden. Lehnt sie die Beschwerde ab, bleibt den Hinterbliebenen noch die Möglichkeit, vor das Oberlandesgericht Koblenz zu ziehen (Stuttgarter Zeitung 2024).

Die damalige Ministerpräsidentin Malu Dreyer (SPD), ihr für den Katastrophenschutz zuständiger damaliger Innenminister Roger Lewentz (SPD) und die damalige Umweltministerin Anne Spiegel (Bündnis 90/Die Grünen) gerieten ebenfalls unter Druck. Dreyer wurde vorgeworfen, sich nie für das Ausmaß der Folgen der Katastrophe entschuldigt zu haben. Spiegel wurde unter anderem angelastet, dass sie zehn Tage nach der Flut zu einem vierwöchigen Familienurlaub aufgebrochen war; sie – die inzwischen zur Bundesfamilienministerin aufgestiegen war – trat am 11. April 2022 von diesem Amt zurück. Lewentz löste Empörung aus, als er auf im Untersuchungsausschuss gezeigten Videoaufnahmen aus der Unglücksnacht keine Katastrophe zu erkennen vermochte; er trat am 12. Oktober 2022 zurück.

Umfassendes Kommunikations- und Führungsversagen auf offiziellen Ebenen

Die Aufarbeitung im Untersuchungsausschuss machte ein umfassendes Kommunikations- und Führungsversagen auf allen offiziellen Ebenen deutlich. Warnungen wurden nicht weitergegeben, Zuständigkeiten weitergeschoben, Entscheidungsträger waren nicht oder schwer erreichbar. Pegelstände konnten nicht interpretiert werden, offenbar kam keiner auf die Idee, Medien zu informieren oder sich ein Bild vor Ort zu verschaffen (vgl. dazu Kirschstein 2023, S. 15–32).

Die Aufarbeitung der Flut auf Sachebene – Kommunikation als Randthema

Die Bundesregierung setzte in ihrer im März 2022 publizierten Analyse der Hochwasserkatastrophe bei Katastrophenhilfe, Wiederaufbau und Evaluierungsprozessen an (Bundesregierung 2022).

Das Bundeswissenschaftsministerium begleitete über ein wissenschaftliches Verbundprojekt die Wiederaufbauprozesse nach der Flutkatastrophe in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen mit Klimaanpassung, Hochwasser und Resilienz (kurz: KAHR), um Lerneffekte aus der Krise zu sichern; Akteur*innen und Betroffenen auf Kommunal-, Regional- und Landesebene in den jeweiligen Regionen wird eine interdisziplinäre wissenschaftliche Beratung angeboten; die Initiative ist eng vernetzt mit Fördermaßnahmen zu Klimaanpassung, Nachhaltigkeit und ziviler Sicherheitsforschung.

In der Krisenanalyse der Bundesregierung wurde der Aspekt „Governance und Kommunikation im Krisenfall“ aufgegriffen (Bundesregierung 2022, S. 68). Der Blick beschränkte sich auf die Analyse der Behördenkommunikation: auf das Handeln der Akteure des Bevölkerungsschutzes und die Krisenkommunikation auf behördlicher Ebene sowie mit der betroffenen Bevölkerung. Angekündigt wurde, noch Themen wie Gefahrenvorhersagen, Handlungsketten von Warnung, Alarmierung und Kriseneinsatz sowie die Schadensbewältigung wissenschaftlich aufzuarbeiten und aus den Befunden Handlungsempfehlungen für eine optimierte Krisenkommunikation zu entwickeln, das Krisenmanagement zu verbessern und das allgemeine Risikobewusstsein zu stärken (Bundesregierung 2022, S. 69). Das Deutsche Komitee Katastrophenvorsorge (DKKV) und der Risiko-Forscher Alexander Fekete richteten eine Plattform für Forschung zum Hochwasser 2021 ein (vgl. Fekete et al. 2021). Aus den Analysen wurden Maßnahmen zur Prävention von und zum Vorgehen in Krisen abgeleitet – unter anderem bezogen auf den bis dahin wenig beachteten Aspekt der Einbindung von Spontanhelfer*innen (Fekete et al. 2022).

Kooperations-Defizite, Wissens- und Informationslücken erhöhten das Schadensausmaß

Kooperations-Defizite, Wissens- und Informationslücken hatten das Schadensausmaß bedeutend vergrößert, ist eine zentrale Schlussfolgerung, die die Kölner Zurich-Versicherung (2022) aus ihrer Analyse der Flut-Krise zog. Vorhersagen zur Lage an den kleineren Flüssen und Pegelstationen fehlten, die Kooperation mit meteorologischen und hydrologischen Vorhersagediensten sowie dem örtlichen Katastrophenschutz sei lückenhaft gewesen. Die Lücken im Frühwarnsystem hatten zur Folge, dass Notfallmaßnahmen nicht ausgelöst wurden. Diese Krisenanalyse umfasst auch Lehren für die Zukunft: Es müsse ein integriertes Katastrophenrisikomanagement implementiert werden. Die Bevölkerung brauche mehr Resilienz und mehr Risikobewusstsein, zumal die Risiken durch die veränderten Klimabedingungen wahrscheinlich zunehmen. Wiederaufbaumaßnahmen müssten daher so ausgerichtet sein, dass sie die Menschen auch für noch zunehmende Risiken wappnen. Zurich befürchtete allerdings, dass manche Maßnahmen hinter den Erfordernissen zurückbleiben, weil gerade in den schwer betroffenen Gebieten die Zeit besonders drängte sowie teilweise Geld

und entsprechendes Fachwissen fehlten (Zurich Versicherung 2022).

Prognose: Die nächsten Jahrzehnte werden von Krisen geprägt sein

Dass die Aufgabe, aus solchen Krisen zu lernen, notwendig und aktuell bleibt, zeigen die Überschwemmungen in Niedersachsen um die Jahreswende 2023/24 (NDR 2024), die Hochwasser in Süddeutschland im Frühjahr 2024 sowie wissenschaftliche Prognosen, dass das nächste Jahrzehnt von Umwelt- und Gesellschaftskrisen geprägt sein wird (World Economic Forum 2023). Auch der anhaltende Unmut der Betroffenen im Ahrtal sowie die weiterhin großen Ängste in der Bevölkerung vor solchen Katastrophen (vgl. R+V 2022; ERGO 2022) legen nahe, dass Krisenprophylaxe und -bewältigung ein wichtiges Thema bleibt.

Die vernachlässigte Rolle der Medien

In Verbindung mit vielen Defiziten, die die Aufarbeitung der Ahrtalflut zu Tage förderte, wurde auch deutlich, welche Schlüsselrolle der Kommunikation zukam – in der Akutsituation sowie beim Organisieren von Unterstützung und Hilfe, im sozialen Miteinander sowie bei der Aufarbeitung selbst. Dennoch blieb auch bei der Aufarbeitung Kommunikation ein Randthema in offiziellen Analysen.

Insbesondere die Rolle der journalistischen Medien in Krisen und ihr Potenzial wurde (und wird) unterschätzt. Entgegen ihrer Bedeutung für den wichtigen Bereich der Krisenkommunikation und der gesellschaftlichen Verständigung über Krisen und Katastrophen blieb sie in den bisherigen wissenschaftlichen und offiziellen Analysen der Ahrtalflut im Hintergrund. In der Perspektive von Politik und Behörden spielen Medienmaßnahmen nur vereinzelt eine Rolle. Eines der wenigen Beispiele, wo mediale Kommunikation als Handlungsfeld erkannt wurde, offerierte der vom Innenministerium Nordrhein-Westfalen erarbeiteten 15-Punkte-Plan zur verbesserten Vorbereitung auf künftige Katastrophen. Dazu gehörte unter anderem eine Änderung von WDR-Gesetz und Landesmediengesetz dahingehend, dass direkt Eingriffsmöglichkeiten für „Informationen auf Knopfdruck“ (Ministerium des Innern Nordrhein-Westfalen 2022a, 2022b) geschaffen werden sollten.

Die Schlüsselrolle von Kommunikation in Krisen wird weiterhin vernachlässigt

Das verspricht zwar eine Verbesserung. Aber man fängt ja gar nicht bei Null an. Ein Problem war, dass bestehende Möglichkeiten gar nicht ausgeschöpft wurden. Die für den Katastrophenschutz zuständigen Stellen im Landkreis Ahrweiler hätten die Medien in eine offizielle Warn- und Informationskette einbinden müssen; im Landkreis Vulkaneifel beispielsweise wurde wenige Minuten, nachdem der Katastrophenalarm beim SWR angekommen war, eine entsprechende Meldung

online gestellt und in den Nachrichten verbreitet (Kirschstein 2023, S. 30 f.).

Ein Erkenntnisziel des empirischen Teils der vorliegenden Studie ist deshalb der genaue Blick auf die Potenziale von Medien – unter anderem bezogen auf ihre Informations- und Einordnungsfunktion und ihre Möglichkeiten, durch ihre Berichterstattung die Resilienz einer Gesellschaft zu fördern. Zuvor folgt im nächsten Kapitel aber ein Überblick über Lücken und Leistung der Berichterstattung während und nach der Ahrtalflut. Es handelt sich um keine systematische Analyse der Berichterstattung, sondern um einige Schlaglichter.

2.2 Die Diskussionen der erbringbaren sowie der erbrachten Medienleistung

Die Zeit unmittelbar vor, während und nach der Flutnacht vom 14. auf den 15. Juli 2021 war in unterschiedlicher Hinsicht problematisch. Viele Sender in Deutschland haben sich verpflichtet, im Katastrophenfall Warnmeldungen der Behörden von Kommunen, Ländern und Bund, die sie über das „Modulare Warnsystem“ (Mowas) erhalten, zielgerichtet lokal, regional, landes- oder bundesweit zu verbreiten.

Die Warnketten, über die Redaktionsmitglieder beziehungsweise Redaktionen hätten informiert werden können und müssen, erwiesen sich im konkreten Fall jedoch als lückenhaft, die Abläufe der Risiko- und Krisenkommunikation waren offensichtlich nie ernsthaft durchgetestet worden (Mediasres 2022b): Die Meldungen wurden aufseiten der Behörden zum Teil erst spät ins System eingegeben und auf den weiteren Ebenen nicht zuverlässig weitergeleitet, so dass sie die Medien meist nicht rechtzeitig erreichten. Der Ernst der Lage wurde durch die Behörden und im Anschluss daran auch durch Medien nicht erkannt. Es gab keine konkreten Ansprechpartner*innen für Journalist*innen und keine klaren Empfehlungen, wie man sich zum Beispiel auf Evakuierungen oder Stromausfälle vorbereitete, die Medien hätten weitergeben können. Ferner reichte die Notstromversorgung nicht aus.

Der Ernst der Lage wurde nicht erkannt

Lokal- und Regionalredaktionen waren zudem oft selbst Betroffene der Stromausfälle. Aufgrund einer unzureichenden Notstromversorgung waren sie durch die zusammengebrochenen Mobil- und Telefonnetze von Informationen abgeschnitten. Ihre Redaktionsräume waren oft durch den Schlamm unbrauchbar, etliche Redaktionsmitglieder waren auch privat Flutopfer. All dies führte dazu, dass sie ihre Frühwarn- und dann auch ihre Informations- und Servicefunktion zunächst teilweise nur sehr eingeschränkt ausfüllen konnten.

Die Bedrohlichkeit der Lage sowie die Handlungsoptionen wurden allerdings nicht nur infolge der lückenhaften Warnketten unterschiedlich eingeschätzt. Das Team von Radio Wupper-

tal zeigte, welches Leistungspotenzial Radio in Akutzeiten haben kann. Es wusste durch eigene Recherchen schon drei Stunden vor der ersten offiziellen Meldung, dass mit einem Überlaufen der Wuppertalsperre gerechnet wurde, blieb dran, als sich die Lage zuspitzte, startete um 21 Uhr eine Sondersendung und hörte erst auf, als die Stromaggregate leer waren. Die Redaktion versorgte ihre Hörer*innen mit Informationen, warnte, tröstete, vermittelte den Menschen vor Ort Nähe.[1]

Radio Wuppertal als Positivbeispiel, Kritik an SWR und WDR

Die ARD hingegen handelte sich Kritik ein, weil die Redaktionen den Ernst der Lage nicht begriffen. In der Nacht auf den 15. Juli 2021 fiel vielerorts in den Flutgebieten der Strom aus, ein batteriebetriebenes Radio wurde zur entscheidenden Informationsquelle. Doch über die Radiowelle WDR2 liefen Flutnachrichten nur stündlich und ab 1.30 Uhr halbstündlich, integriert in die vom SWR aus Baden-Baden gesendete *ARD Popnacht*, die mit Plauderton aufwartete. Der SWR-Intendant Kai Gniffke reflektierte später, man habe in den ersten Stunden der Flut keine gute Arbeit geleistet und das Ausmaß dieser Katastrophe unterschätzt. „Insofern werden wir immer mit der Frage konfrontiert bleiben: Hätten wir mehr tun können? Und hätten wir Menschenleben retten können? Das ist eine Frage, die mich, die uns nie mehr verlassen wird“ (Gniffke zit. nach Brosel et al. 2022). Auch dem WDR wurde vorgeworfen, fast nur Dienst nach Vorschrift und keine Sondersendung gemacht zu haben. Das sei „unterlassene Hilfeleistung“, kritisierte Thomas Lückerath vom Onlinemagazin *DWDL*. Er verwies auch darauf, dass der WDR nach einem ähnlichen Versäumnis Jahre zuvor versprochen hatte, die entsprechenden Lehren daraus zu ziehen, was offenbar nicht erfolgt war (Lückerath 2021). Stefan Brandenburg, Leiter des WDR-Newsrooms (sowie einer der für die vorliegende Studie befragten Personen), räumte solche Fehler ein und gestand zu, dass, im Nachhinein betrachtet, der WDR im Radio nach Mitternacht ein eigenes Sonderprogramm hätte fahren sollen (Mediasres 2021).

Mediale Pannen

Immer wieder vermischten sich behördliches Versagen und mediale Pannen. Beim SWR ging am 14. Juli 2021 nur eine amtliche Katastrophenwarnung für die Wetter-Berichterstattung ein, und zwar aus dem Kreis Vulkaneifel, kurz nach 21 Uhr, wie der Abteilungsleiter Trimediale Medien, Joachim Görgen, dem Untersuchungsausschuss Flutkatastrophe des Landtags in Mainz mitteilte (DPA 2022). Die Flutkatastrophe sei

1 Dafür wurde die Redaktion im September 2021 mit dem Sonderpreis des Deutschen Radiopreises ausgezeichnet.

„aufgrund der vorliegenden Informationen einfach nicht erwartbar“ gewesen, berichtete Renata Sappert (zit. nach DPA 2022). Zum von ihr geleiteten SWR-Studio Koblenz gehört das Regionalbüro Bad Neuenahr. Im Kreis Ahrweiler sei der Brand- und Katastrophenschutzinspekteur ab 18 Uhr nicht mehr erreichbar gewesen. Görgen räumte aber ein, dass eine für den 14. Juli auf 19.30 Uhr geplante TV-Schalte zu einem Reporter im Kreis Ahrweiler nicht funktionierte, weil vor Ort die Netzkapazität eingeschränkt war. Man habe mittlerweile die internen Meldewege verbessert und die Reporterteams mit mehr Netzpower ausgestattet.

Das Ahrtal im medialen Scheinwerferlicht

Als dann am 15. Juli die Zerstörungen unübersehbar waren, rückten die Flutgebiete ins Zentrum des Interesses, auch bundesweit und international. Zahllose Journalist*innen machten sich mit Kameras, Mikrofonen, Smartphones auf ins Ahrtal, berichteten sehr umfangreich und vielfältig.

Viele beeindruckende Medienleistungen

Die Regionalberichterstattung blieb an den Themen kontinuierlich dran, auch als das überregionale Interesse abflachte. Es gab regional wie bundesweit beeindruckende Medienleistungen, viele Dokumentationen, Reportagen, Porträts. Manche Regionalberichterstattung hatte auch bundesweit Strahlkraft. Ein Beispiel ist der preisgekrönte Podcast „Warum musste Johanna sterben?“. Host Marius Reichert (er ist auch einer unserer Interviewpartner) hat ihn rund um die Jahrestage der Flut veröffentlicht, die ersten sechs Folgen am 1. Juli 2022, eine weitere am 7. Juli 2023 (Reichert 2022/2023). In dem Podcast wird am Beispiel der im Flut-Jahr 22-jährigen Johanna Orth aus Bad Neuenahr-Ahrweiler von der Katastrophe und der Herausforderung für ihre Eltern, mit diesem Schicksal weiterzuleben, erzählt: Von der Ungewissheit, der schwindenden Hoffnung, der Trauer, der Hilfsbereitschaft; vom Grübeln, warum nicht deutlicher gewarnt, früher evakuiert wurde; von der Ernüchterung über die Aufarbeitung der Katastrophe durch die Politik sowie von den Zweifeln, ob aus alldem, was nicht gut lief auf der Sachebene und bei der Kommunikation in der Krise tatsächlich für die Zukunft etwas gelernt wurde.

Rund um die Jahrestage der Flut zeigte sich zudem, inwiefern Medienakteur*innen bewusst war, dass sie es weiterhin mit Betroffenen zu tun hatten und beim Berichten eine besondere Sensibilität bedeutsam blieb. Die Jahrestage ermöglichten auch, die Aufmerksamkeit auf weitere, weniger bekannte Geschichten zu lenken, die diese Katastrophe über die Zeit hinweg schrieb. Ein Beispiel ist die Reportage von Marius Reichert über den im Flut-Jahr 22-jährigen Franky Neufeld. Er wurde seit der Flutnacht vermisst und am 14. Juli 2023, also genau zwei Jahre später, für tot erklärt. Dem ging ein bürokratischer Kraftakt voraus, weil das Gesetz üblicherweise Fristen von bis zu zehn Jahren vorsieht. Der hinterbliebene Bruder stand durch die Flutschäden finanziell unter Druck, konnte aber, solange

Franky als vermisst galt und noch nicht als tot, das Haus der ebenfalls durch die Flut getöteten Eltern nicht verkaufen, weil beide Brüder erbberechtigt waren (Reichert 2023a). Einige Monate danach, Mitte Oktober 2023, fanden Helfer beim Müllsammeln an der Ahr Knochenteile, die Franky Neufeld gehörten und damit auch faktische Gewissheit schufen (Reichert 2023b).

Auch *Kölner Stadt Anzeiger* und *Kölner Rundschau* stachen heraus, und zwar mit ihrem Flutbarometer, das den Wiederaufbau visualisierte und ein Jahr nach der Flutnacht bilanzierte, dass manches sogar schneller als erwartet gegangen sei (Kölner Rundschau 2022).

Der SWR als zentrales öffentlich-rechtliches Medium vor Ort berichtete variantenreich und kontinuierlich, war nahe bei den Menschen, zum ersten Jahrestag besonders intensiv.[2] Viele Beiträge verfolgten einen mutmachenden Ansatz – vom empathischen Grundtenor über das breite Spektrum der zu Wort kommenden Personen bis hin zu konkreten Tipps, was man tun kann, welche Fördermöglichkeiten es gibt und weiteres. Beispiele sind die Serie „Ein Dorf baut auf“, die Zwischenbilanz „made in Südwest: Aufgeben gibt’s nicht – Ein Jahr nach der Flut im Ahrtal“, aber auch die nachrichtliche Berichterstattung oder Extra-Formate wie „Zur Sache Rheinland-Pfalz Extra: Die Flutkatastrophe an der Ahr – Fehler, Folgen und Verantwortung“ sowie Livesendungen wie „Gemeinsam stAHRk – Zusammenhalt im Ahrtal“ aus Ahrweiler.

Debattenraum für Wut und Trauer

Den positiven Eindruck runden diverse Debattenformate ab, wie zum Beispiel das Diskussionsforum „Klartext“ von SWR4 Rheinland-Pfalz aus Krälingen (SWR 2022). Ein besonderes Beispiel für die sich am Beispiel solcher Formate zeigende Forums- und Moderationsfunktion von Medien ist eine öffentliche Podiumsdiskussion, die der SWR im April 2024 in Dernau an der Ahr abhielt und im Livestream zur Verfügung stellte (SWR Aktuell Rheinland-Pfalz 2024). Auf diese Weise gab die Redaktion den Bürger*innen eine Stimme sowie Raum für Gefühlslagen wie Wut, Empörung und Trauer, sich unverstanden fühlen, ein weiteres Mal ohnmächtig zu sein. Anlass war, dass die Staatsanwaltschaft die Ermittlungen wegen der politischen Verantwortung für das Ausmaß der Katastrophe im Ahrtal eingestellt hatte. Durch diese Nachricht kochten im Ahrtal die Emotionen hoch. In der Podiums-

2 Einige Beispiele für die Berichterstattung von *SWR Aktuell Rheinland-Pfalz* werden weiter aktualisiert; deshalb ist als Erscheinungszeit ein Zeitraum (2021/2024) angegeben: *SWR Aktuell Rheinland-Pfalz* (2021/2024a): Ein Protokoll zur Rekonstruktion der Katastrophe; *SWR Aktuell Rheinland-Pfalz* (2021/2024b): Ein Dossier zur Arbeit des Untersuchungsausschusses zur Flutkatastrophe; *SWR Aktuell Rheinland-Pfalz* (2021/2024c): Ein Hochwasser-Blog für RLP zur Lage nach der Flutkatastrophe. Einen Überblick zur Vielfalt der Berichterstattung des SWR ein Jahr nach der Flut findet sich in der Beschreibung des Programmschwerpunkts „Die Flut. Ein Jahr danach“ (SWR 2022).

veranstaltung fiel es manchen schwer, sich die Einordnung der juristischen Entscheidung überhaupt anzuhören sowie zu erfahren, dass die verbleibenden rechtlichen Mittel, noch etwas zu ändern, kaum Erfolgsaussichten haben. In den zahlreichen Wortmeldungen der Bürger*innen, die im Stream mitaufgenommen wurden, spiegelten sich verschiedene Strategien wider, mit dem eigenen Schicksal umzugehen. Die einen gingen ans Mikrofon, um zu zeigen, dass die Menschen im Ahrtal nicht vergessen werden dürfen. Andere äußerten sich dankbar dafür, dass sie sich in diesem Rahmen das, was sie jetzt umtrieb, von der Seele reden konnten. Manchen hätte es gutgetan, wenn sich die damalige rheinland-pfälzische Ministerpräsidentin Malu Dreyer nun endlich stellvertretend entschuldigt hätte. Sie fanden offenbar, dann könnten sie sich in ihrem Leid besser verstanden fühlen.

Der SWR-Journalist Johannes Baumert (2024), einer der für die vorliegende Studie befragten Experten, kommentierte in *SWR Aktuell*, es sei schwer zu akzeptieren, wenn keiner zur Verantwortung gezogen werde für die Fehler, die damals gemacht wurden. Fehler, die zwar nicht die Katastrophe verhindert, aber ohne die ihr Ausmaß verringert und Menschenleben hätten gerettet werden können (vgl. dazu auch WDR 2022).

Kritik und Aufarbeitung von Fehlern als mediale Leistung

Die mediale Leistung bestand sehr wesentlich auch in der Aufarbeitung der Fehler und daraus resultierender Schlussfolgerungen für künftige Krisenfälle. In einer WDR-Dokumentation zu Aspekten des Versagens rund um die Flut (Brosel et al. 2022) wurde Hannah Cloke, Professorin für Hydrologie an der Universität Reading in England, zitiert. Sie hat das europäische Flutwarnsystem EFAS mitentwickelt, das Behörden vor Ort helfen sollte, rechtzeitig zu reagieren, und beschrieb in der Dokumentation, dass trotz der über EFAS vor Einsetzen der Flut verschickten Warnmeldungen der Ernst der Lage vor Ort nicht erkannt worden sei. Fehlende oder missverständliche Kommunikation, so der Tenor der gesamten Dokumentation, waren ein Kernproblem. Und Cloke appellierte am Ende des Films, die wichtigste der vielen Lehren, die sich aus dieser Flut ziehen ließen, sei: „Wir müssen uns jetzt vorbereiten, jetzt handeln, damit in Zukunft niemand mehr sterben muss. Fluten werden schnell vergessen, aber sie werden wieder passieren.“ Der Klimawandel werde künftige Fluten verschlimmern.

Wächterpreis für Recherchen zum Behördenversagen

Eine vorbildlich umgesetzte mediale Kritik- und Kontrollfunktion, die sie durch investigative Methoden flankierten, trug vier Regionalmedien eine renommierte Auszeichnung ein. Karin Dauscher (*Rheinpfalz*), Bastian Hauck (*Rhein-Zeitung*), Sebastian Stein (*Trierischer Volksfreund*) und Stephen Weber (*Allgemeine Zeitung*), vier Reporter*innen rheinland-pfäl-

zischer Medienhäuser, wurden für ihre Recherchen zur Ahrtal-Flutkatastrophe mit Platz Eins des Wächterpreises 2024 der Stiftung Freiheit der Presse ausgezeichnet. Sie wurden von den vier Chefredaktionen gemeinsam für die Auszeichnung vorgeschlagen. Gewürdigt wurde, dass das Reporterteam Ursache und Verlauf der Flutkatastrophe recherchierte und behördliches und politisches Versagen ans Tageslicht brachte. „Sie deckten Vertuschungsversuche auf und erzwangen die Herausgabe brisanter Dokumente. Sie sorgten für Klarheit, wo andere sich aus der Verantwortung stehlen wollten“, begründet die Jury (zit. nach Newsroom 2024). Ihre Arbeit habe unter anderem zum Rücktritt des rheinland-pfälzischen Innenministers Roger Lewentz (SPD) geführt. Diese Recherche ist ein Beispiel für die Systemrelevanz von Journalismus. Diese schließt ein, Missstände zu benennen und damit die Voraussetzungen dafür zu schaffen beziehungsweise den öffentlichen Druck zu erhöhen, dass verantwortliche Personen für ihre Fehlleistungen zur Rechenschaft gezogen werden. Die Entscheidung an sich bleibt indes bei den zuständigen Funktionsträgern.

Strukturelle Herausforderungen – und Versuche, sie zu beheben

Durch die Flut wurde offensichtlich, was fehlt, wenn der Spardruck im Regionaljournalismus zu großen Lücken in der Vor-Ort-Präsenz führt. Die *Rhein-Zeitung* beispielsweise reagierte, indem sie wieder lokale Redaktionsräume bezog, nachdem sie in der Corona-Pandemie ihre Lokalredaktion Ahrweiler aufgegeben hatte.

Die mediale Präsenz vor Ort stärken

Berichten, Informieren über Versorgungsmöglichkeiten, Infrastruktur, befahrbare Brücken sowie das Koordinieren von Hilfen wurden zu Aufgaben, für die es mehrerer Schultern vor Ort bedurfte. Das Onlinemagazin *Aktiplan* und das Online- und Wochenmagazin *Blick aktuell* stiegen darauf ein. *Blick aktuell*-Vizechefredakteur Daniel Robbel (er wurde auch für diese Studie befragt) rückte kontinuierlich Mutmach-Geschichten im Muster konstruktiver Berichterstattung in den Fokus, um die Wiederaufbau-Stimmung im Ahrtal zu fördern.

Als neues, temporäres Lokalmedium ging das *Ahrtalradio* an den Start. Das zunächst auf einen Monat angelegte „Akut-Radio“ blieb vier Monate auf Sendung, vom 4. September 2021 bis 2. Januar 2022, hatte seinen Sitz in Bad Neuenahr-Ahrweiler und wurde maßgeblich von der WDR-Journalistin Palina Milling und dem SWR-Techniker Christian Milling betrieben. Ziel des Senders war, lokal Hilfen zu organisieren, über Hilfsangebote rund um Aufräumarbeiten und Wiederaufbau zu informieren, Hinweise von Hilfsorganisationen weiterzugeben sowie über Aktionen und Erlebnisse der Menschen in der Flutregion zu berichten und mögliche Desinformation zu überprüfen. Nach Angaben der Programmmacher entstanden „täglich bis zu 13 Stunden moderiertes Programm, mehrmals täglich aktualisierte Lokalnachrichten,

Beiträge, Reportagen, Interviews, Veranstaltungstipps, Stellenmarktbörse, Pinnwand und wöchentliche Gottesdienstübertragungen.“ Die Medienanstalt Rheinland-Pfalz hatte den Sender als sogenanntes Veranstaltungsradio lizenziert, um das Ahrtal beim Wiederaufbau zu unterstützen.

Die *Bild* eröffnete in Bad Neuenahr-Ahrweiler zwei Monate nach der Flutnacht ein „Bild-Flut-Büro“, damit die Betroffenen nicht zunehmend vergessen würden. *Bild* wolle ihnen helfen entlang des Konzepts „Bild ist für Sie da“, das Hilfsaktion und anwaltschaftliches Engagement kombiniert: Man helfe bei der Suche nach einem Schlafplatz ebenso wie dann, wenn Behörden oder die Politik nur langsam voranmachen, stehe den Menschen zur Seite und gebe ihnen eine Stimme (vgl. u. a. Zander et al. 2021). Das Medienmagazin *Zapp* des NDR griff dies in einem Beitrag auf sowie die Kritik eines Lehrers, der fand, der *Bild*-Fokus auf Behörden- und Politikversagen bediene rechtsextreme Narrative (Zapp 2021), was wiederum den damaligen *Bild*-Chefredakteur Julian Reichelt empörte (Leiterer 2021).

Focus war von Beginn mit dem Reporter Frank Gerstenberg präsent (auch er wurde für diese Studie befragt) und verstärkte die Berichterstattung durch ein monatelang berichtendes Flutreporter*innenteam mit dem selbstverpflichtenden Claim „Da sein, berichten, helfen“ (Gerstenberg 2023). Um das hinter der Flut liegende Basisthema, die Lebensgrundlagen für nachfolgende Generationen durch Antworten auf die Klimakrise besser abzudecken, so *Focus*-Chefredakteur Florian Festl, wurde am 1. April 2023 ein festes Büro „Focus online Earth“ mit Stammsitz in Bad Neuenahr eröffnet, nun mit dem Leitmotiv „permanent, fundiert, konstruktiv“ (Festl 2023). Man ging an den Start mit einem elfköpfigen Team, das dort sowie an weiteren Unternehmensstandorten wie München, Köln, Hamburg und Berlin platziert war und zudem ein Netzwerk aus vielfältiger Expertise zum Thema knüpfen sollte (ebd.).

Neue Öffentlichkeitsakteur*innen

Von Anfang an traten neben professionellen Akteur*innen auch nicht-professionelle Öffentlichkeitsakteur*innen auf, die das Mobilisierungspotenzial von Social-Media-Plattformen nutzten.

Nicht-professionelle Öffentlichkeitsakteur*innen fordern vielfältig heraus

Über ihre Accounts organisierten sie Hilfe und erzielten teilweise eine enorme Reichweite. Ein Beispiel ist Markus Wipperfürth. Er erzielte mit seinem Account *Wippi TV* eine Woche nach der Flutnacht 2021 über 1,7 Millionen Likes auf Facebook – etwa gleich viele wie *ZDF heute*, *Bild*, *Tagesschau* und *Der Spiegel* zusammen (Schröder 2021). Der meinungsstarke Landwirt und ein Kollege, Wilhelm Hartmann, vernetzten Hilfsangebote, packten selbst mit an, motivierten, agierten wie Influencer. Wipperfürth wurde immer

wieder von Medien befragt oder als Talkgast eingeladen (zum Beispiel WDR *hier und heute*, *ZDF heute live*) und erklärte später, er wollte damit darauf aufmerksam machen, „dass das Ahrtal immer noch Hilfe und Unterstützung benötigt. Denn eines habe ich sehr schnell verstanden: Die Bewohnerinnen und Bewohner an der Ahr haben große Angst, vergessen zu werden. Vergessen zu werden, weil das öffentliche Interesse in den Medien immer weiter abebbt und damit auch aus den Köpfen der Republik verschwindet“ (Wipperfürth zit. nach Dela, S. 74 f.). Wipperfürth und Hartmann nutzten ihre Reichweite dann aber offenbar auch für eigene Geschäftsinteressen[3]; sie politisierten und polarisierten, indem sie das Bild von den guten Helfer-Helden auf der einen Seite und der Unfähigen in Politik und offiziellen Stellen auf der anderen befeuerten. Dafür nutzten sie die Emotionsmechanismen sozialer Medien, von denen sich etliche aus der großen Account-Gefolgschaft mitreißen ließen bis hin zu massiven verbalen Attacken auf jene, die das anders sahen (Wienand 2022a; Wienand 2022b; Molitor 2022; Neumann 2022, S. 59–67).

Eine weitere Herausforderung für die sachgerechte Information vor Ort entstand durch rechtsextreme Gruppen, die ihre Hilfsangebote mit ihren politischen Vorstellungen, dem Verunglimpfen traditioneller Medien und teilweise mit Verschwörungserzählungen verbanden (Merker 2021; Joswig 2021; Neumann 2021, S. 91f.). Das war vor allem wegen der existenziellen Notlage vor Ort herausfordernd, in der zählte, was gerade half und gebraucht wurde, und wenig hinterfragt wurde, wer aus welchen Gründen half.

Unterschiedliche Vorstellungen von Journalismus?

Der Erfolg solcher nicht-professioneller Öffentlichkeitsakteur*innen ist zumindest in einem gewissen Maß auch auf die unklaren oder sehr verschiedenen Vorstellungen zurückzuführen, die viele Menschen von Journalismus und den Aufgaben von Journalist*innen haben: Was leisten sie, was sollen sie leisten, inwiefern unterscheiden sie sich von anderen Öffentlichkeitsakteur*innen? Und zudem: Welche Erwartungen an Journalist*innen, welche Erfahrungen, welche Defizite formulieren Betroffene und Helfende? Fragen wie diese stehen dementsprechend im Mittelpunkt dieser Studie. Dabei dürfte in den Antworten ein hohes Potenzial für eine Verbesserung der Beziehungen und für ein differenziertes gegenseitiges Verständnis von Journalismus und Gesellschaft stecken.

Deshalb interessiert uns ebenfalls, welche Fragen Journalist*innen sich selber stellen: Wie soll man sich verhalten, welchen Rollen übernehmen, wie nahe rangehen, welchen Raum soll man Emotionen geben, wie stark muss man sich der Schutzbedürfnisse und Verwundbarkeit bewusst sein, wie viele und welche Bilder

3 Wienand (2022a) kritisierte zum Beispiel die eigenmächtige Beschaffung von Containern, für deren Betrieb eine hohe Rechnung gestellt worden sei.

öffentlich zeigen und zumuten? Medienjournalistisch wurde dies vereinzelt thematisiert (zum Beispiel Zapp 2021; Göhlsdorf & Vollmer 2021; Texte, Töne, Bilder 2023). Wir wollen genauer und systematisch hinsehen. Der Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit liegt daher nicht auf der Berichterstattungsleistung selbst, sondern auf den Beziehungen zwischen Journalist*innen und Medienrezipient*innen sowie auf ihrer Reflexion der medialen Arbeit. Dabei beziehen wir uns auf drei Erwartungs- beziehungsweise Anspruchsfelder: Erstens auf Emotion, denn sie hat vor einem Krisenhintergrund eine besondere Relevanz auch auf Themenebene; im Vordergrund steht dabei die Verknüpfung von Emotion mit Empathie; zweitens auf Sachgerechtigkeit als klassischem Kern journalistischer Vermittlungsleistung; und drittens auf Empowerment, als gerade angesichts von Krisen potenziell widerstandsfähiger machender Befähigung, sein Leben in der Hand zu haben.

Feste Größen: Systemrelevanz, Krisenkompetenz und Resilienz

Die Flutkatastrophe hat – ähnlich wie die Corona-Pandemie – offenbart, wie systemrelevant journalistische Medien sind. Auch angesichts dessen ist ein Erwartungs- und Beziehungsabgleich, wie ihn diese Studie unter anderem vornimmt, nützlich. Dieser dürfte zudem eine Grundlage bilden für eine Berichterstattung, die Krisenkompetenz und Resilienz fördert, indem Journalist*innen warnen, informieren, einordnen und handlungsfähiger machen.

3 Theoretische Fundierung und Forschungsstand

Für das hier verfolgte Forschungsvorhaben zum Akteursdreieck Betroffene, Helfer*innen und Öffentlichkeitsakteur*innen, zu Wahrnehmungen und zu Erwartungen aneinander bezogen auf Emotion, Sachgerechtigkeit und Empowerment sowie zu ihrem Umgang miteinander im Kontext einer massiven Krise, kann auf einschlägige Arbeiten zugegriffen werden.

Beziehungen zueinander – Erwartungen aneinander

Dazu gehören Studien zum Verhältnis zwischen Bevölkerungserwartung und Rollenselbstverständnis (Sprengelmeyer et al. 2022), die – anders als lange Zeit üblich – die Perspektive des Publikums betonen.

Auch angesichts neuer, nichtjournalistischer Akteur*innen sollte die Frage verfolgt werden, ob etablierte Journalismus-Rollenkonzepte noch hinreichend die journalistische Selbsterwartung und die Erwartungen des Publikums an Journalismus und seine Leistungen beschreiben können. Grenzen fließen, neue Akteur*innen und sich wandelnde Rollenverständnisse bedürfen noch weiterer qualitativ beziehungsweise explorativ ermittelter Erkenntnisse; unsere Studie will hierzu einen Beitrag leisten.

Ein „volkstümlicher" Blick auf Journalismus

Nielsen (2016, S. 840) führte den Begriff „Folk Theory" ein. Als ‚volkstümliche Theorie des Journalismus' beschreibt er die in der Bevölkerung existierenden Überzeugungen darüber, was Journalismus ist, wofür er steht und wofür er stehen sollte, damit Menschen ihn sinnvoll und nützlich finden. Je nachdem, welche „Folk Theory" eine Person hat, werden zum Beispiel Lokalmedien als relevant und lokal („unsere Zeitung"), oder als relevant, aber geografisch oder politisch voreingenommen („ihre Zeitung") oder als weder relevant noch lokal („welche Zeitung?") eingeordnet (die Zuschreibungen sind aus dem Englischen übersetzt durch die Autor*innen). Um Menschen zu verstehen, so Nielsen, müsse die Journalismusforschung den verschiedenen Arten, wie Menschen Journalismus interpretieren, mehr Aufmerksamkeit schenken. Die vorliegende Studie am Beispiel der Flut im Ahrtal lässt sich als eine „verständigungsorientierte Beziehungsstudie" verstehen, die zu einem Abgleich von Praxis, öffentlicher Wahrnehmung und Wissenschaftsdiskurs zu Journalismus beiträgt.

Empowerment

Die Analyse ist zudem eingebettet in ethische Ausrichtung und soziale Funktionen fokussierende Aspekte journalistischer Professionalität (Prinzing 2018; Prinzing 2020b; Prinzing 2021, Baugut & Neumann 2020). Sie knüpft damit insbesondere an Berichterstattungsmuster an, mit denen Journalismus soziale Funktionen bedient, die eine intensive Publikumszuwendung implizieren.

Näher am Publikum durch soziale Funktionen?

Zu diesen Berichterstattungsmustern gehören das Konzept des anwaltschaftlichen Journalismus, der gezielt jenen eine Stimme gibt, die sich selbst schwer damit tun, das Konzept des Public Journalism, der von der Agenda der Bürger*innen ausgeht, also von dem, was die Bevölkerung oder eine ihrer Teilgruppen umtreibt, sowie das Konzept des konstruktiven Journalismus (Prinzing 2018; Grüner & Sauer 2017). Der konstruktive Berichterstattungszugang wurde als eine Anwendung von Erkenntnissen aus der „Positiven Psychologie“ entwickelt, die Individuen, Organisationen und Gesellschaften befähigen sollen, ein gelingendes Leben zu führen (McIntyre & Gyldensted 2017). Er lässt sich direkt anschließen an medienethische Vorstellungen von einem guten Leben unter den Bedingungen der digitalen Mediengesellschaft (Burr et al. 2021; Floridi 2014) sowie darin auch einem gelingenden Umgang mit aktuellen Krisen. Kern des ethischen wie des psychologischen Ansatzes ist das Empowerment, die Befähigung anzupacken, Lösungen zu entwickeln und beispielsweise auch krisenkompetent und resilient zu werden.

Sachgerechtigkeit

Unsere Studie bezieht sich zudem auf die Funktion von Journalismus als Leistungssystem der Öffentlichkeit (Kohring 2016). In einer digitalen Mediengesellschaft stehen neben Journalist*innen noch weitere Akteur*innen in der Verantwortung für das, was öffentlich diskutiert wird, und dafür, wie das geschieht, beispielsweise publizierende Bürger*innen und als Influencer agierende Personen. *Wippi TV* wurde daher exemplarisch in die kursorische Inhaltsanalyse aufgenommen (siehe Kapitel 4.4). Um zur Öffentlichkeitsleistung solcher Akteur*innen umfassende Aussagen zu treffen, wäre aber eine Folgestudie nötig.

Wir stützen uns auf im Pressekodex (Deutscher Presserat o. Dat.) verankerte, berufsethische Richtlinien für eine verantwortungsorientierte Berichterstattungsqualität: Auf Wegmarken für Sachgerechtigkeit (u. a. Kodex-Richtlinien zu Wahrhaftigkeit, Recherchesorgfalt und zum Abwägen, was öffentlich relevant und daher zu publizieren ist) sowie für *Empathie* (u. a. Kodex-Richtlinien zur Menschenwürde und dem Bewusstsein für schutzwürdige Interessen von Personen – generell sowie speziell in schwierigen Situationen). Gerade beim Berichten über

Menschen in Krisengebieten hilft all dies abzuwägen, was gesinnungsethisch (publizieren!) und was verantwortungsethisch (welche Folgen hat das Publizieren?) geboten ist (Prinzing 2020b).

Emotion und Empathie

Einen weiteren theoretischen Rahmen liefern aktuelle Arbeiten zur Rolle der Emotion im Informationsjournalismus (Prinzing 2020a, Lünenborg 2020, Lünenborg & Medeiros 2023, Hoffmann 2021).

„Emotional turn in journalism studies“

Emotion, etwa in Form dramatisierender Elemente, wurde beispielsweise in der Nachrichtenberichterstattung über die Flutkatastrophe in Sachsen 2002 als eher ungeeignet eingeordnet (Donsbach 2014, S. 209). Mittlerweile kam es zum „emotional turn in journalism studies“ (Wahl-Jorgensen 2020 zit. nach Lünenborg & Medeiros 2023, S. 327). Emotion und damit auch Empathie werden in Forschung und Praxis zunehmend als Kriterium aufgefasst, das die Informations-Übermittlung nicht beeinträchtigt, sondern erweitert (Prinzing 2020a). Die Dichotomie von Fakten und Emotionen aufzugeben, wird als unerlässlich gesehen, um den „dynamischen Wandel des Journalismus in hybriden Mediensystemen beschreiben und verstehen zu können“ (Lünenborg & Medeiros 2023, S. 328). Konzepte aus der Soziologie zu Emotionsarbeit, Emotionsmanagement, Affektregulation sowie zu affektiven Praktiken wurden übertragen auf den Umgang von Journalist*innen mit ihren Quellen sowie den Umgang mit und in Krisen- und Kriegssituationen. Die vorliegende Studie am Beispiel der Flut im Ahrtal kann über ihren Fokus auf die Rolle der Emotion dazu beitragen, diese selbstreflexive Beobachtung und Kontrolle professionellen Handelns weiterzuentwickeln.

Abgrenzung zum Empörungs-Sensationalismus

Die Pressekodex-Orientierung kann als Kompass dafür dienen, die Grenzen zum Empörungs-Sensationalismus zu beachten. Dies lässt sich auf Emotionen als Berichterstattungsgegenstand beziehen sowie auf den persönlichen Umgang und damit auf Empathie. Unter Empathie wird die Fähigkeit beziehungsweise die Bereitschaft verstanden, Motive und Gefühle einer anderen Person nachzuempfinden oder nachzuvollziehen.

Bezogen auf den Umgang mit Betroffenen lässt sich die berufsethisch gebotene Selbstreflexion auf affektives Verhalten im Rahmen der Beziehung zwischen Journalist*innen und Betroffenen ausweiten: Besteht ein ausgeprägtes „affektives Verhältnis von Zeug*in und Bezeugtem“ (Lünenborg, 2020, S. 12)? Lassen sich Rückschlüsse auf affektive Empathie ziehen, also darauf, wie aus-

geprägt „das tatsächliche Mitfühlen der Emotionen des Gegenübers“ (Hofer 2011, S. 329) ist? Betreibt man eine Art „feel good humanism“, bei dem das Mitgefühl mit tatsächlich Betroffenen nachrangig ist gegenüber dem Anliegen, einem großen Publikum sein eigenes Mitgefühl zu präsentieren und sich dadurch selbst gut zu fühlen (Lünenborg, 2020, S. 12)? Als ergänzende Orientierung kann psychologisches Grundwissen dienen, etwa zu Traumatisierung beziehungsweise sekundärer Traumatisierung anderer dadurch, dass sie von der Hoffnungslosigkeit von Anwohner*innen erfahren (Sabel & Roschinski 2010) sowie zu Belastungsherausforderungen von Journalist*innen (Hoffmann 2020).

Medien haben soziale Funktionen, sie informieren, warnen und sie stellen für zahlreiche Fragen eine Öffentlichkeit her, in der streitende Gegner sich bewähren müssen, sie machen Konflikte bewusst und klären über ökonomische, politische und soziale Zusammenhänge auf. Hinzu kommt die Funktion der Meinungsbildung, die dem Grundverständnis von Demokratie entspricht, Fragen von öffentlichem Interesse in freier und offener Diskussion zu erörtern (Burkart, 2021). Eine weitere bedeutsame Funktion des Journalismus ist die der Kritik und Kontrolle gegenüber den verantwortlichen Personen und Behörden, flankiert durch investigative Recherchen, die Missstände zutage fördern. Als Aspekt der Sachgerechtigkeit kommt diese Funktion mittelbar auch in der vorliegenden Studie zum Tragen. Daran anknüpfend sind Erkenntnisse zur Interaktion von Journalismus und Politik (Baugut 2017, 2020; Prinzing 2020b) hilfreich, weil die Art der Interaktion unter anderem die Qualität des Informationsflusses in einer Krise beeinflussen kann. Das gilt ähnlich auch für Spezifika des Wissenschaftsjournalismus und seiner Vermittlungsleistung (vgl. Wormer & Karberg 2019; Kohring 2005), im Flut-Beispiel insbesondere bezogen auf die Vermittlung und Einordnung zum Beispiel meteorologischen Fachwissens. Dieser Aspekt müsste in einer Anschlussstudie vertieft werden.

Drei zentrale Effekte – auf Krisen bezogen

Medienberichterstattung wirkt. Erklärung und Einordnung bieten bezogen auf unsere Studie insbesondere drei in der Kommunikationswissenschaft beschriebene Medieneffekte:

1. Einen „Hostile Media Effect“ können Rezipient*innen empfinden, die unter bestimmten Bedingungen journalistische Berichterstattung als verzerrt empfinden, weil sie denselben Sachverhalt anders wahrnehmen (Dohle 2021). Wird zum Beispiel ausgewogen berichtet über Hilfen nach der Flut, aber mit dem Tenor, dass viel gemacht wird, könnten jene, deren Entschädigungsanträge noch nicht beschieden sind oder die generell finden, es werde zu wenig getan, den sachbezogen ausgewogenen Bericht als kritisch gegenüber den Hilfsbedürftigen auffassen.
2. Als „reziproker Effekt“ wird der Einfluss von Medien auf diejenigen bezeichnet, über die sie berichten. Diese Protagonist*innen sind zwar bezogen auf die gesamte Reichweite der Berichterstattung in der Minderheit, aber in

das, worüber berichtet wird, stark involviert (Kepplinger 2010). Einzelne für diese Studie befragte Personen kamen auch in der Berichterstattung vor, andere rezipierten und beobachten Medien lediglich.

3. Der „Third Person Effekt“ beschreibt, dass Menschen (First Persons) oft das Gefühl haben, andere Menschen (Third Persons) ließen sich von medialen Inhalten stärker beeinflussen als sie selbst (Wahrnehmungskomponente); diese Erwartung beziehungsweise Wirkungsunterstellung beeinflusst ihre Vorstellungen, Einstellungen, ihr Verhalten und ihre Absichten (Effektkomponente) (Keim 2018). Manche glauben zum Beispiel, negative Nachrichten aus dem Flutgebiet belasten zwar andere, sie selbst aber nicht; oder sie vermuten, Berichte über die schwierige Arbeit Helfender würden viele davon abhalten, ins Flutgebiet zu fahren, brechen aber selbst gerade erst recht dorthin auf.

Kommunikation in und über Krisen sowie über Risiken

Für das Verständnis der Befunde dieser Studie ist schließlich noch nützlich, diese im theoretischen Rahmen der Risiko- und Krisenforschung zu verankern, wobei der Fokus auf der Kommunikation liegt. Beuthner et al. (2022) liefern eine Bestandsaufnahme zu den Herausforderungen für mediale Akteur*innen bezogen auf die Risiko- und Krisenkommunikation (Beuthner et al. 2022). In ihrem Sammelband werden Art und Qualität der Kooperation von klassischen Medien, Organisationen, Behörden und Unternehmen sowie die Kommunikation von Akteur*innen in den sozialen Medien analysiert. Die Befunde und Hinweise auf Defizite lassen sich auch auf das Fallbeispiel der Flutkatastrophe übertragen. Kernpunkte hiervon zu kennen, kann Redaktionen helfen, *Schmerzpunkte und Schwachstellen* vorab besser zu identifizieren. Das gilt auch für Befunde zum Zusammenspiel von Behörden und Journalist*innen in Risiko- und Krisensituationen (Drews 2018).

Kommunizieren über Risiken ist nicht dasselbe wie Kommunizieren über eine Krise

An dieser Stelle ist eine Differenzierung wichtig. Die Kommunikation über Risiken bezieht sich auf möglicherweise entstehende Schäden und auf die Wahrnehmung einer Gefährdung, die Kommunikation über Krisen hingegen auf eingetroffene Gefahrenlagen. Beide Kommunikationsformen werden in der Forschung als miteinander verschränkt aufgefasst (Beuthner et al. 2020). Unbeobachtete Risiken können rasch in eine Krise kippen.

Die Risikowahrnehmung hängt auch von der Art ab, wie kommuniziert wird. Das Social Amplification of Risk-Modell (SARF) (Kasperson et al. 2003) beschreibt dies so:

- Die Risikowahrnehmung kann verstärkt oder abgeschwächt werden, unter anderem durch Interessengruppen, durch Medien, durch das

Vertrauen (in Medien, in Informationsquellen), durch Medienangebote, durch Mediennutzung und Mediennutzungskompetenz, durch die Situation der Rezipierenden.

- Der Umgang mit der Risikoabschätzung ist ambivalent und bewegt sich zwischen Warnen und Manipulieren, zwischen intentionalem und nicht beabsichtigtem Klein- oder Großreden von Risiken.

Solche Zusammenhänge zu kennen, kann die Professionalisierung journalistischer Arbeit vertiefen. Auf die Flut im Ahrtal übertragen, lässt sich das Modell zudem auch auf die Gemengelagen mit Helfer-Influencern und mit Gruppen, die Hilfe mit rechtsextremem Gedankengut verbanden, anwenden.

Das Crisis and Emergency Risk Communication-Modell (CERC) des Centers for Disease Control and Prevention (CDC) (Seeger & Reynolds, 2005) unterscheidet fünf Phasen und kann auch als Leitlinie für den jeweiligen zentralen Berichterstattungsfokus gesehen werden:

- In Phase eins, im Vorfeld der Krise, geht es darum, Risiken zu kommunizieren, zu warnen und Handlungsempfehlungen zu geben;
- in Phase zwei – während des Krisenereignisses – stehen beruhigen, Unsicherheit senken und Selbstwirksamkeit stärken im Vordergrund der Kommunikation.
- Im weiteren Krisenverlauf (Phase 3) folgen die Bestärkung der beruhigenden Maßnahmen, die Korrektur von Missverständnissen und Fehleinschätzungen sowie der Einbezug und die Kooperation relevanter Stakeholder ins Krisenmanagement.
- Das Krisenende (Phase 4) kennzeichnen unter anderem der Wiederaufbau, aber auch der Beginn der Reflexion über getroffene Maßnahmen und Risikovermeidungsverhalten.
- Die fünfte Phase sollte dem CERC-Modell folgend eine systematische Evaluation sein: Wie sind die getroffenen Maßnahmen (Krisenmanagement/Kommunikation) zu bewerten? Sind die Erfahrungen dokumentiert, Learnings festgehalten, Maßnahmen für künftige Krisen definiert?

Im Kontext einer digitalen, plattformisierten Öffentlichkeit mit neuen Akteur*innen, Interaktionsmöglichkeiten und Fragmentierungen (Eisenegger et al. 2021) sowie sich entsprechend verändernder Journalismusfunktionen (Prinzing 2020b) gewinnen Ansätze einer partizipativen Risiko- und Krisenkommunikation Bedeutung. Darin werden Information und Aufklärung durch den Faktor *„Stakeholder Involvement“* ergänzt; *Betroffene* und Anspruchsgruppen werden ebenfalls einbezogen, wobei bislang die Auffassungen auseinandergehen, ob sie nur auf Informations- oder auch auf Entscheidungsebene involviert sein sollen (Jäger et al. 2016). Die vorliegende Studie nimmt zwar explizit die Betroffenen in den Blick, beschränkt sich dabei aber auf ihre Erwartungen und Erfahrungen.

Kommunikation ist ein Schlüssel für die Krisenbewältigung und Risikoeinschätzung

Krisen verunsichern Menschen und verstärken mitunter die Neigung, negative Nachrichten zu meiden (Eddy & Fletcher, 2022). Für die Krisenbewältigung und die Risikoeinschätzung ist es aber wichtig, sich zu informieren, Kommunikation ist, wie gerade auch die Ahrtalflut sehr deutlich zeigte, ein Schlüssel: Behörden, Einsatzzentralen sowie Medien müssen Menschen auch in schwierigen Situationen mit ausreichenden Informationen versorgen, sie warnen, ihnen sagen, was dringend zu tun ist. Die Verantwortung für eine hinreichende Kommunikation adressiert auch Politik und Wissenschaft sowie alle, die über soziale Medien agieren, und Plattformbetreiber (Valentini & Kruckeberg, 2016; Goerlandt et al., 2020). Diese Verantwortung muss jeweils deutlich adressiert sein und es müssen über die Ebenen hinweg, belastbare Verknüpfungen der Kommunikationsketten bestehen.

Medien kommt zudem die Aufgabe zu, kritisch einzuordnen und zu beobachten, ob die verantwortlichen Stellen ihren Aufgaben tatsächlich nachkommen. Durch die Art, wie sie berichten, können sie Menschen risikokompetenter und resilienter machen. Medien können im Moment ebenso wie für künftige Krisen helfen, indem sie das Bewusstsein für Krisen und für Risiken steigern und damit dazu beitragen, dass Menschen diese besser einordnen sowie Angst und Unsicherheit reduzieren können (Prinzing, 2022, vgl. Ludwig et al., 2023). Es besteht offenbar Nachholbedarf. Der ERGO Risiko-Report 2022 stellt eine sinkende Risikokompetenz (ERGO, 2022) fest. Darin ist auch das Potenzial von Medien benannt, dies zu verändern: „Die Sorgen der Deutschen orientieren sich an der medialen Berichterstattung. Aktuelle Trends und Leitthemen, die in den sozialen und klassischen Medien jeweils breiten Raum einnehmen, verändern das Bewusstsein der Menschen“ (ERGO, 2022, S. 114–115). Eine Demokratie bedürfe informierter Bürger*innen, die Nachrichten kritisch verarbeiten und einschätzen können und damit auch mit Risiken besser zurechtkommen (ERGO, 2022).

Eine verbesserte Risikokompetenz umfasst auch bessere Medienkompetenz

Das knüpft sowohl an die kurz vorgestellten Medieneffekte als auch an das SARF-Modell zur Risikowahrnehmung an. Studien zeigen auch, dass die Qualität der journalistischen Berichterstattung in Krisen nicht durchgehend zufriedenstellend war. Zu regierungsnah, zu einseitig, nicht transparent genug – lauten unter anderem Vorwürfe bezogen auf die Fallbeispiele Pandemie und Ukrainekrieg (Maurer et al., 2021). Auch hier kann eine verbesserte Risikokompetenz, die zugleich auch Medienkompetenz umfassen sollte, nützen, um konstruktiv-kritisch die Qualität insbesondere von Risiko- und Krisenjournalismus (Bilke 2008) einschätzen zu können.

4 Forschungsdesign: Leitfadeninterviews und Medieninhaltsanalyse zur Ahrtalflut

4.1 Aufbau der Studie, Zielsetzung und zentrale Fragestellungen

Neu an dieser Studie ist der dezidierte und besondere Fokus auf die Beziehung von Rezipierenden und Berichtenden: Indem Wahrnehmungen und Einschätzungen im Mittelpunkt stehen, wird ermöglicht, wesentliche Faktoren herauszuarbeiten, die zum Beispiel Betroffene umtreiben und die mit üblichen Settings, in denen oft das journalistische Selbstverständnis als Ausgangspunkt genommen wird, kaum erfasst werden können.

Ausgangspunkt ist, was Betroffene umtreibt, Ziel ist der Erwartungsabgleich

Die Befunde der Studie sollen dazu beitragen, eine Lücke bezogen auf eine verantwortungsethisch orientierte Krisenkommunikation zu schließen, die ausdrücklich die Krisenkompetenz von Öffentlichkeitsakteur*innen und von Betroffenen adressiert. Und sie sollen das Verständnis darüber vertiefen, was Betroffene und Helfende und was Berichtende voneinander bezogen auf ihre Rollen, ihre Arbeit, ihr Auftreten und ihren Umgang miteinander erwarten.

Dementsprechend werden folgende Forschungsfragen behandelt:

1. Wie nehmen Öffentlichkeitsakteur*innen die Herausforderungen ihrer Arbeit wahr?
2. Wie nehmen Öffentlichkeitsakteur*innen Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in ihrer Arbeit vor Ort wahr?
3. Wie nehmen Betroffene und Helfende Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment bezogen auf Öffentlichkeitsakteur*innen und den Umgang mit diesen vor Ort wahr?
4. Inwiefern werden solche Wahrnehmungen in der Berichterstattung bezogen auf Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment umgesetzt?
5. Inwiefern werden sie bei der Darstellung von Betroffenen, Helfenden und Berichtenden in der Berichterstattung umgesetzt?

Die Beantwortung erfolgte zunächst explorativ, indem die Wahrnehmungen in den Akteursgruppen über qualitative Interviews erhoben wurden; der Abgleich mit der Berichterstattung erfolgte bezogen auf die Themenebenen Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment über eine quantitative Medieninhaltsanalyse sowie bezogen auf die Akteursebene über eine qualitative Inhaltsanalyse. Die folgenden Kapitel erläutern die Vorgehensweisen.

4.2 Die qualitativen Interviews zur persönlichen Wahrnehmung der Berichterstattung und Medienproduktion (ein Blick hinter die Kulissen)

Um qualitativ die Erfahrungen und Wahrnehmungen nach dem Flutereignis im Juli 2021 zu explorieren, wurden Expert*inneninterviews mit von der Flut Betroffenen, mit Helfenden und mit über die Flut und ihre Folgen Berichtenden geführt. In dieser Form des Interviews werden alle Gesprächspartner*innen als Expert*innen ihrer gemachten Erfahrungen gesehen; ihre Expertise bezieht sich dabei nicht auf ihre Position als Träger*innen leitender Funktionen von Organisationen, sondern auf ihr persönliches Erfahrungswissen (Bogner et al., 2014; Gläser & Laudel, 2010, 11ff.). Von Interesse für die Interviews waren also ihre Wahrnehmungen: Die Wahrnehmung der Berichte in den individuell genutzten Medien, der Umstände der Berichterstattung und, so dies gegeben war, auch bezogen auf eigene Erfahrungen etwa als für einen Beitrag befragte Augenzeug*innen, sowie die Wahrnehmung der Begegnungen zwischen Betroffenen, Helfenden und Berichtenden.

Es wurden insgesamt 20 Interviews geführt. Zehn der Interviews erfolgten mit Betroffenen und mit Helfenden, die teilweise über viele Monate hinweg die Aufräum- und Wiederaufbauarbeiten unterstützten. Alle, bis auf eine Ausnahme, waren aus dem Ahrtal. Diese Ausnahme, ein Paar aus Hagen in Nordrhein-Westfalen, sollte einen kontrastierenden Einblick in die Wahrnehmung von Betroffenen einer Stadt ermöglichen, die von jener Flut ebenfalls, aber weniger stark betroffen und nach wenigen Tagen kaum noch in den Medien vertreten war. Zehn weitere Interviews wurden mit Öffentlichkeitsakteur*innen geführt, die nach dem Flutereignis lokal im Ahrtal, regional im Bundesland Rheinland-Pfalz oder auch deutschlandweit berichtet hatten; einzelne von ihnen waren ebenfalls betroffen.

Alle 20 Interviews wurden von Mitte Mai bis Anfang Juni 2023 persönlich geführt, teils vor Ort, teils nach einem Kennenlernen vor Ort dann in einem Online-Call beziehungsweise in einem Fall in einem Telefonat; bei zwei Journalisten erfolgten Kontaktaufnahme und Interview online. Die Interviews selbst wurden mit einem Leitfaden vorstrukturiert und boten somit mit rund zwölf Fragen eine Vergleichbarkeit der Gespräche (Wagner et al., 2009, S. 325–329).

Offene Fragen ermöglichen Spielraum für eigene Relevanzen

Für Betroffene und Helfende gliederten sich die Fragen in drei Themenblöcke:

1) Die ersten Fragen bezogen sich auf die Art der Betroffenheit und die persönliche Mediennutzung nach dem Flutereignis.
2) Wenn die Interviewpartner*innen selbst interviewt oder von Öffentlichkeitsakteur*innen begleitet wurden, ging es um die Frage, wie der Umgang mit den Öffentlichkeitsakteur*innen war und wie sie die Medienbeiträge über sich wahrgenommen haben.

3) Es wurde zudem erfragt, wie sie allgemein Berichte über Betroffene und Helfende wahrgenommen haben, die sie selbst in Videobeiträgen gesehen, in Textbeiträgen gelesen oder in Audioformaten gehört hatten. Insgesamt wurden insbesondere Aspekte von Emotion und Empathie, von Sachgerechtigkeit und von Empowerment erfragt.

Für Öffentlichkeitsakteur*innen gliederten sich die Interviewfragen ebenso in drei Themenblöcke:

1) Die ersten Fragen drehten sich darum, mit welchem Selbstverständnis und in welcher Form sie über das Flutereignis berichtet haben.
2) Weitere Fragen bezogen sich darauf, welche Kontakte sie mit Betroffenen und Helfenden hatten und wie sie diese wahrgenommen haben. Für beide Themenblöcke waren Aspekte von Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment von Interesse.
3) Zudem wurde erfragt, welche Rolle Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in ihrer eigenen Berichterstattung spielten und in welcher Form sie diese ihrer Wahrnehmung nach verwirklichen konnten.

Insgesamt boten die Themenblöcke und damit der Leitfaden für die Interviews zwar eine Struktur für das Gespräch, durch die Offenheit der Fragen blieb aber Raum für eigene Relevanzen der Interviewpartner*innen. Diese Offenheit wurde durch erzählgenerierende Fragen gegeben – beispielsweise: „Wie haben Sie die Berichterstattung über Betroffene wahrgenommen?“ oder „Welche Themen der Berichterstattung waren Ihnen wichtig?“. Geschlossene Ja-Nein-Fragen, Suggestivfragen oder provozierende Fragen wurden nicht gestellt. Zudem wurden die Interviewpartner*innen nicht unterbrochen und konnten damit ihre eigenen Themenschwerpunkte ungestört verfolgen (Gläser & Laudel, 2010, S. 172–190). Die Themenblöcke strukturieren die Fragen zwar vor, aber es wurde nicht an einer bestimmten Reihenfolge festgehalten. So beantworteten die Gesprächspartner*innen noch nicht gestellte Fragen im Verlauf teilweise bereits von sich aus oder sie schweiften mit anderen Themen, die ihnen gerade wichtiger waren, ab. In den eigenen Relevanzsetzungen wurde beispielsweise deutlich, welche große Rolle emotionale Herausforderungen und Belastungen spielten. Auch die Schwierigkeiten der Kommunikation in den ersten Tagen nach der Flut, als die Stromversorgung, das Internet und das Telefonnetz zusammengebrochen waren, wurden hervorgehoben. Diese Themen sind in den Kapiteln der Interviews als Hintergründe wiedergegeben, die die spezifischen Herausforderungen der Flut für sowohl die Betroffenen und Helfenden als auch die Öffentlichkeitsakteur*innen beleuchten.

Die Suche nach den Interviewpartner*innen

Das Ahrtal wurde, wie beschrieben, aufgrund der starken Betroffenheit als Untersuchungsregion ausgewählt. Das hatte auch Folgen für die Suche nach Interviewpartner*innen.

Insbesondere die Betroffenen und Helfenden wurden als potenziell sehr verletzlich eingeschätzt und deshalb war wichtig, vor Ort zu ihnen Kontakt aufzunehmen sowie das Interview

zu führen. Diese Vulnerabilität zeigte sich unter anderem darin, dass angesprochene Betroffene Interviews mit der Begründung ablehnten, sie hätten Angst, von ihren Erinnerungen und Emotionen überwältigt zu werden.

Unter den Helfenden wollte ein Gesprächspartner das Interview nur anonym geben, da es ihm einerseits wichtig war, seine Wahrnehmungen zu teilen. Andererseits fühlte er sich nach eigener Aussage aber auch dem Verein, in dem er tätig ist, und dessen Neutralität verpflichtet. Dieses Interview wurde anonymisiert, das bedeutet: Ortsnamen und andere mögliche Hinweise auf die Person wurden weitestmöglich allgemein benannt. Zudem bekam der Gesprächspartner ein Pseudonym, um seine Identität zu schützen. An dieser Stelle wird noch ein weiterer Aspekt der Sensibilität des Forschungsthemas deutlich. Neben der formulierten Kritik an der Medienberichterstattung entstanden im Ahrtal Streitigkeiten unter verschiedenen Helfergruppen, in denen verschiedene Kritikpunkte verhandelt wurden. Diese spielten als sogenannter „Helferstreit“ auch medial eine Rolle (als Beispiele: Wienand 2022, Baumert 2023) und sie waren teilweise auch politisch aufgeladen (als Beispiele: Merker 2021, Ronke 2021). Das ließ auch Helfende nach eigener Aussage teilweise dahingehend sehr vorsichtig werden, über wen sie sich wie äußerten.

Auch Öffentlichkeitsakteur*innen waren Interviews gegenüber nicht gleich aufgeschlossen. Die Gründe wurden nicht ausdrücklich genannt. Unsicherheiten, die durch die oben exemplarisch dargestellte Medienkritik an der Berichterstattung über die Flutkatastrophe hervorgerufen wurden, könnten eine Rolle gespielt haben.

Kontaktaufnahmen, allgemeine und individuelle Umstände der Interviews

Insgesamt folgte die Suche nach Interviewpartner*innen in der Gruppe der Betroffenen und Helfenden sowie teilweise der Öffentlichkeitsakteur*innen dem Schneeballprinzip, was bedeutet, dass ein bestehender Kontakt zu mindestens einem weiteren Kontakt führte. Gerade durch die emotionalen Belastungen und Folgen der Flut war eine solche vertrauliche Vorgehensweise notwendig. So haben Betroffene und Helfende einerseits Interviews mit anderen Betroffenen oder Helfenden vermittelt. Andererseits waren es aber auch sie, die Zugang zu Öffentlichkeitsakteur*innen ermöglichten, mit denen sie selbst Begegnungen hatten. Allgemeine Anfragen an Redaktionen von Regional-, deutschlandweiten Tageszeitungen oder Wochenzeitungen sowie regionalen oder überregionalen Fernsehsendern wurden nicht beantwortet.

Wichtig für die geführten Interviews insgesamt waren die „informierten Einwilligungen“; das bedeutet, dass die für ein Interview angefragten Personen vorher über das Projekt, in dessen Rahmen das Gespräch geführt wurde, in Kenntnis gesetzt wurden und freiwillig sowie im Bewusstsein darüber, was mit den erhobenen

Daten geschieht, ihr Einverständnis erklärten; dabei gab es auch die Option, selbiges nach dem erfolgten Gespräch wieder zurückzuziehen. Die schriftlichen Vereinbarungen sollten das forschungsethisch gebotene Einverständnis mit der Teilnahme an der Studie sowie den Schutz der Persönlichkeitsrechte gewährleisten (Gläser & Laudel, 2010, S. 51–56; Hopf, 2008, S. 591ff.).

Im Folgenden wird eine genauere Übersicht über die 20 Interviews gegeben (siehe auch Tabelle 1). Von den zehn Öffentlichkeitsakteur*innen waren einige teilweise selbst privat und/oder beruflich von der Flut betroffen. Unter den fünf Betroffenen befindet sich auch der Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler als Verwalter und Vertreter einer Kommune. Von den fünf Helfer*innen sind einige direkt aus dem Ahrtal und waren teilweise selbst von der Flut betroffen, sowie einige, die von außerhalb in die betroffene Region gereist sind und sich teilweise dort niedergelassen haben. Von den zehn Öffentlichkeitsakteur*innen stammen drei vom Südwestrundfunk (SWR); dieser hohe Anteil begründet sich dadurch, dass das Ahrtal maßgeblich zum Sendegebiet der öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalt für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz gehört und entsprechend Reporter*innen direkt und auch langfristig vor Ort waren/sind; bedingt gilt dies auch für den Westdeutschen Rundfunk (WDR), wo zwei weitere Interviewte arbeiten, einer davon freiberuflich; dieser stammt zudem aus dem Ahrtal, hat also eine starke, regionale Verankerung. Mit den zwei interviewten Lokalreportern in Bad Neuenahr-Ahrweiler (*Blick aktuell*; *Linus & Wittich Verlag*/*Ahrtalradio*) und der Leiterin des Regionalstudios in Koblenz (Rheinland-Pfalz) konnten wir vielseitige Hintergrundinformationen sowohl zur Berichterstattung vor Ort als auch zur Koordination der Reporter*innen analysieren. Vier der Befragten sind bei privatfinanzierten Medien, sechs sind für öffentlich-rechtlich finanzierte tätig. Der Begriff „Öffentlichkeitsakteur“ wurde als eine Art Oberbegriff gewählt, um die zumindest in Ansätzen in unserer Studie abgebildeten, sich wandelnden Berufsverständnisse von Journalismus deutlich zu machen. Die Bandbreite ließe sich im Rahmen von Anschlussforschung erweitern, indem zum Beispiel gezielt Boulevardmedien beziehungsweise für diese tätige Journalist*innen befragt werden; synonym wurde für Öffentlichkeitsakteur auch die Bezeichnung Medienakteur oder Journalist verwendet.

Die Betroffenheit der Interviewpartner*innen

Der Übersicht halber sind die Interviewpartner*innen im Folgenden tabellarisch zusammengefasst. Insgesamt ist es wichtig festzuhalten, dass alle Interviewpartner*innen durch emotionale Folgebelastungen betroffen sind, auch durch das Leid von Familienmitgliedern, Freunden und Bekannten. Für die Interviewstudie wird nachstehend nur die materielle Betroffenheit mitaufgeführt, was aber nicht die psychische Betroffenheit minimieren soll.

Tabelle 1:
Übersicht über die Interviewpartner*innen

Betroffene	Helfende	Öffentlichkeitsakteur*innen
Anne Schneider Bad Neuenahr-Ahrweiler Eltern mit Haus in Mayschoß betroffen Interview persönlich	**Stefan F. (Pseudonym)** aus dem Ahrtal Verein Wiederaufbauhilfe privat nicht betroffen Interview persönlich	**Daniel Robbel** aus dem Ahrtal Blick aktuell, Regionalzeitung in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen, stellvertretender Chefredakteur Vater mit Haus in Ahrweiler betroffen Büro in Sinzig betroffen Interview online, Kennenlernen davor persönlich
Guido Orthen Bürgermeister Bad Neuenahr-Ahrweiler privat nicht betroffen Interview persönlich	**Steven Conzen** aus dem Saarland, lebt jetzt im Ahrtal Team Conzen (Fluthilfe) & AHRche e.V., Ahrweiler privat nicht betroffen Interview persönlich	**Angela Ebhardt** ZDF Studio Mainz, für alle Plattformen nicht betroffen Interview telefonisch
Günther Uhl Bad Neuenahr-Ahrweiler Hotel und Privathaus betroffen Interview persönlich	**Michaela Wolff** Bad Neuenahr-Ahrweiler, Weingut Sonnenberg Fluthilfe-Ahr e.V., Gründerin Weingut betroffen Interview online, Kennenlernen davor persönlich	**Johannes Baumert** SWR, Regionalbüro Bad Neuenahr-Ahrweiler, für alle Plattformen, vor allem Radio (inkl. alle Programme der ARD) Büro betroffen, privat nicht betroffen Interview online
Samantha Muhring-Salamone und Giuliano Salamone Hagen privat betroffen mit Auto und Elternhaus Interview online	**Klaudia Skodnik** Bad Homburg, Hessen Fortuna hilft e.V., Vorstand nicht betroffen Interview telefonisch	**Michael Lang** SWR, Regionalbüro Bad Neuenahr-Ahrweiler, für alle Plattformen, vor allem Radio (inkl. alle Programme der ARD) Büro betroffen, privat nicht betroffen Interview online

	Heiko Marquardsen Ahrweiler Seelsorger & Kooperator katholische Pfarreiengemeinschaft Bad Neuenahr-Ahrweiler privat nicht betroffen, Pfarrei mit Gebäuden u. ä. betroffen Interview persönlich	**Renata Sappert** SWR, Leiterin Regionalstudio Koblenz, für alle Plattformen (inkl. alle Programme der ARD) nicht betroffen Interview online
		Klaus Angel aus dem Ahrtal Linus Wittich Verlag & Ahrtalradio privat mit Weingut und Haus betroffen Interview persönlich
		Tobias Roth Freiberuflich für das Privatfernsehen nicht betroffen Interview online
		Frank Gerstenberg Focus online und Stern kam zum Reportage-Einsatz und blieb über Wochen nicht persönlich betroffen Interview online, Kennenlernen davor persönlich
		Marius Reichert aus Bad Neuenahr-Ahrweiler Freier Reporter beim WDR (inkl. Programme der ARD) privat nicht betroffen, aber Familie materiell Interview online
		Stefan Brandenburg WDR, Programmbereichsleiter Aktuelles nicht betroffen Interview online

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Auswertungsmethode der geführten Interviews: Zur Ordnung und Strukturierung der Aussagen der Interviewpartner*innen

Alle Interviews wurden nach dem Prinzip der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (Gläser & Laudel, 2010, S. 197–260; Wagner et al., 2009, S. 337–346) und mit dem computergestützten Analyseprogramm MAXQDA bearbeitet. Die qualitative Inhaltsanalyse untersucht die Interviews mithilfe eines Analyserasters, das durch die Fragen und Themenblöcke der Interviews strukturiert ist (Wagner et al., 2009, S. 338). Im Sinne dieser Grobstruktur wurden die Aussagen der Interviewpartner*innen den Themen Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment zugeordnet. Innerhalb dieser Themen – sprich: Kernkategorien – wurden bedeutungsgleiche Aussagen zusammengefasst und als Aspekte der Kernkategorien beschrieben. Ein Beispiel für einen Aspekt von „Empathie" ist eine geschilderte *emotionale Belastung*, ein weiteres *sich Zeit nehmen.*

Was verbinden die Interviewten mit Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment?

Mit dieser Vorgehensweise wurde aus den Interviews induktiv ermittelt, was die Interviewpartner*innen selbst mit den Themen Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment verbinden (Wagner et al., 2009, S. 342–346). So wurde dem Prinzip der Offenheit für die thematischen Relevanzsetzungen der Interviewpartner*innen gefolgt und eine Analyse entlang vorgefertigter Definitionen vermieden (Gläser & Laudel, 2010, S. 205). Im Folgenden werden die Schritte dieser qualitativen Inhaltsanalyse kurz erläutert (Gläser & Laudel, 2010, S. 204–206). Die Erläuterungen sind Bestandteil des Gütekriteriums der Nachvollziehbarkeit und Transparenz, welches die Vorgehensweise qualitativer Forschung leitet (Przyborski & Wohlrab-Sahr, 2014, S. 27 f.; Steinke, 2008, S. 324 ff.).

Interviewauswertung nach dem Prinzip der qualitativen Inhaltsanalyse

Alle Interviews wurden zur Sicherung des Datenmaterials als Tonaufnahme aufgezeichnet und im Anschluss Wort für Wort ins normale Schriftdeutsch ohne Dialekte oder parasprachliche Äußerungen wie Lachen oder Betonungen verschriftlicht (Wagner et al., 2009, S. 329 f.). Die Sprache und Satzsetzung wurde leicht geglättet, zustimmende Äußerungen, wie „ja" oder „mmh" während des Redeflusses wurden nicht transkribiert. Die Verschriftlichungen wurden als Textdokumente analysiert. Der Aufwand für die Transkripte belief sich bei einer Stunde Interview auf vier Stunden Korrekturlesen und Bearbeitungszeit der durch die Software f4x2023 vorgenommenen automatischen Worterkennung und Vortranskription des Onlinedienstes von

audiotranskription.de[4]. Die insgesamt rund 20 Stunden langen Interviews ergaben rund 342 Textseiten.

Nach Fertigstellung der Transkripte wurden die Tonaufnahmen entsprechend der Datenschutz-Grundversordnung (DSGVO) gelöscht. So konnten Interviewpartner*innen einige Aussagen zurücknehmen und vor einer Veröffentlichung schützen, ohne das ganze Interview zu widerrufen. Diese Vorgehensweise ist besonders wichtig, um den Schutz persönlicher Daten und das Recht auf Widerruf getätigter Aussagen zu gewährleisten[5]. Die Transkripte wurden dann im Einzelnen und vergleichend analysiert. Folgende drei Schritte waren zentral:

1) Alle Interviews wurden gelesen und es wurde für jede Textstelle entschieden, ob sie für die Fragestellung der Untersuchung relevante Informationen enthielt.
2) Danach wurden die vorgefundenen Sinneinheiten – also Aussagen, die sich auf ein bestimmtes Thema bezogen – den Auswertungskategorien von Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment zugeordnet und entsprechend ihrem Sinn benannt. Die Auswertungskategorien richteten sich nach dem Forschungsinteresse und den Themenblöcken der Interviews. So wurden zum Beispiel Passagen der Kategorie „Empathie“ zugeordnet, wenn es thematisch um eine von den Interviewpartner*innen angesprochene *emotionale Belastung* als Folge der Flut ging oder um *sich Zeit nehmen* im Umgang mit Betroffenen. So sind die (auch oben bereits als Beispiel genannten) Analyseergebnisse *emotionale Belastung* und *sich Zeit nehmen* angesprochene Merkmalsausprägungen von Empathie; diese Aspekte sind kursiv gesetzt, um sie als Ausprägungen der Kategorien erkennbar zu machen. Einzelheiten und Gesamtheit der von den Akteursgruppen geäußerten Merkmalsausprägungen werden in den folgenden Auswertungskapiteln genauer erläutert.

Die Merkmalsausprägungen der Themenkategorien sind im Text kursiv gesetzt

3) Das gesamte Textmaterial wurde wie beschrieben bereits gebildeten Merkmalsausprägungen zugeordnet; so wurden bedeutungsgleiche Textstellen zusammengefasst. Kamen neue Themen auf, dann wurden sie als eigene Merkmalsausprägungen benannt und die Ausprägungen der Kernkategorien erweitert. Durch mehrfaches Wiederholen von Merkmalsausprägungen, was bedeutet, dass

4 https://www.audiotranskription.de/
5 https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/principles-gdpr_de

sich Aussagen verschiedener Interviewpartner*innen glichen, wurde eine theoretische Sättigung der Analyseergebnisse deutlich (Corbin & Strauss, 2015, S. 346–353; Strübing, 2008, S. 293–298). Das heißt, dass sich Aussagen wiederholten, somit also für verschiedene Gesprächspartner*innen bedeutsam sind und keine Einzelaussagen darstellen. Ferner zeigt die Sättigung an, dass weitere Interviews keine weiteren Merkmalsausprägungen erwarten lassen.

In Kapitel 5 und 6 werden die Interview-Antworten zunächst für die Öffentlichkeitsakteur*innen und für die Betroffenen und Helfenden getrennt erläutert, da sie aus unterschiedlichen Blickwinkeln erfolgten: die Betroffenen und Helfenden haben mit den Folgen der Flut zu kämpfen, die Öffentlichkeitsakteur*innen beobachten dies. In Kapitel 7 werden die Verbindungen zwischen den Wahrnehmungen beider Seiten – und damit entweder gemeinsame Wahrnehmungen oder sich ergänzende im Sinne der Beschreibung zweier Seiten derselben Medaille – verdeutlicht. In Kapitel 8 stehen der Vergleich sowie die Zusammenführung der Befunde aus den Leitfadeninterviews mit den punktuell erfolgten Medieninhaltsanalysen im Mittelpunkt.

4.3 Forschungsethische Reflexion bezogen auf die Interviews

Das Projekt war nicht nur bezogen auf einige Fragestellungen (unter anderem nach der Angemessenheit des Medienauftritts in konkreten Fällen) ethisch anspruchsvoll, sondern insbesondere durch die Methodik beziehungsweise Forschungsausrichtung: Es wurden vulnerable Zielgruppen zu sensiblen Themen in einem qualitativen Interviewsetting befragt.

Das Setting forderte Interviewte sowie Forschende heraus

Bereits der Kontext für die Datenerhebung war fordernd, denn die meisten Interviews beziehungsweise Vorgespräche wurden vor Ort geführt. Dort war auch zum Zeitpunkt der Interviews, also zwei Jahre nach der Katastrophe, die Stimmung angespannt und von Bewältigungsversuchen geprägt. Die Datenerhebung selbst war durch die emotional belastenden Themen teilweise auch für die Forschenden herausfordernd.

Die thematische Abgrenzung der Aspekte Emotion und Sachgerechtigkeit in den Interviews stellte sich als schwierig heraus, da die Befragten die beiden Bereiche als zueinander gehörend wahrgenommen haben.

Die Interviews mit Journalist*innen waren in besonderer Weise herausfordernd. Einerseits hatten wir Forscherinnen oft den Eindruck, dass die befragten Journalist*innen unter anderem aus Gründen der Professionalität eigene Emotionen und Belastungen in den Interviews eher tabuisierten. Andererseits führten einige Fragen zu abwehrenden, teilweise auch abwertenden und skeptischen Reaktionen. Dies wiederum

erzeugte bei uns Forschenden die Annahme, es wirke hier auch die Kritik an der Berichterstattung durch andere Medien oder weitere Akteure nach (siehe dazu auch Kapitel 2.2). Die Abwehr- und teilweise auch Erwartungshaltung zeigte sich zum Beispiel durch Absicherungen und durch Nachfragen, was die Interviewerin denn interessiere. Mitunter wurden in den Interviews weniger Informationen geteilt als in den Vorgesprächen.

Auf der Metaebene wurden solche Eindrücke systematisiert nachgearbeitet, indem wir Forscherinnen jeweils auch das Zustandekommen des Kontakts sowie die Inhalte des Vorgesprächs, den Interviewverlauf und, wenn erfolgt, die Nachgespräche beschrieben und schriftlich festgehalten haben. Im Prinzip könnten diese Notizen in die Auswertung aufgenommen werden, wie es beispielsweise in der Ethnographie üblich ist. Verfahrensbezogen könnten ethnografische Feldgespräche und das Arbeiten mit Pseudonymen hilfreich sein.[6] Das ethnographische Feldgespräch wäre für zukünftige Forschung als methodische Alternative überlegenswert, da diese Methode mehr Spielraum bietet, um Daten zu sammeln.

Das Risiko, dass ein Interview zurückgezogen wird, ist gerade bei sensiblen Themen beträchtlich. Auch deshalb waren die Vertrauensbildung und das Verhandeln von Absprachen aufwändig und damit auch die Einwilligung und Autorisierung von Interviews. Einige wollten anonymisiert werden, einige ihre Interviews gegenlesen, um für sie problematische Inhalte zu löschen. Dem ist, ethisch bewertet, immer nachzugeben; wissenschaftliche Interessen dürfen nicht über jene der Beforschten, also der Interviewpartner*innen, gestellt werden (Schutzbedürftigkeit). Und schließlich erwies sich auch die Transparenz des (offenen) qualitativen Forschungsprozesses als eine Herausforderung; diese wurde insbesondere durch einige der Journalist*innen in Frage gestellt (vgl. hierzu auch: Köppen et al., 2022, S. 31ff.).

4.4 Die Medieninhaltsanalyse: Berichterstattung zur Flut im Juli 2021 und ein Jahr danach

Die Medieninhaltsanalyse dient im Rahmen dieser Studie als Vergleichsfolie für die Erkenntnisse aus den Interviews mit den Akteur*innengruppen Betroffene, Helfende, Öffentlichkeitsakteur*innen bezüglich ihrer Wahrnehmung voneinander sowie ihrer Wahrnehmung der Berichterstattung zur Flut 2021 in Bezug auf die Aspekte Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment.

Mithilfe der Medieninhaltsanalyse wird untersucht, inwiefern die Berichterstattung den Eindrücken aus den Interviews entspricht. Dafür analysierten wir ausgewählte journalistische Beiträge ebenfalls in Bezug auf die Aspekte Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment so-

6 Generell wäre zu diskutieren, inwiefern bei qualitativen Interviews dieser Art die Einbindung von Mediator*innen, Psycholog*innen etc. hilfreich sein könnte.

wie die Darstellung der Akteur*innen allgemein. Zur Abdeckung der verschiedenen Aspekte und Ansprüche der Fragestellungen ist das Studiendesign mit einem qualitativen und einem quantitativen Teil angelegt. Die zentralen Befunde werden in Kapitel 8 im Abgleich zu den Befunden aus den Interviews dargelegt.

Kursorischer Abgleich von Befunden aus den Interviews mit tatsächlicher Berichterstattung

Der quantitative inhaltsanalytische Teil untersucht Printveröffentlichungen, Rundfunkbeiträge sowie einen Youtube Kanal. Hierbei stehen die drei Aspekte Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment im Fokus. In einer zweigeteilten qualitativen Inhaltsanalyse wurde ferner betrachtet, wie Akteur*innen (Betroffene, Helfende, Berichtende, Expert*innen, Verantwortliche) eine Woche nach dem Starkregenereignis und ein Jahr später einerseits in der lokalen Presse und andererseits in der Magazinsendung „Aktuelle Stunde“ (WDR) dargestellt wurden. Und schließlich haben wir fallweise einen Abgleich weiterer direkter Medienerfahrungen und damit auch Medienwirkungen vorgenommen, der sich auf für die vorliegende Studie interviewte Personen beschränkt und auf Veröffentlichungen, in denen sie vorkamen oder die sie publiziert hatten.

4.4.1 Design der quantitativen Medieninhaltsanalyse bezogen auf Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment

Die quantitative Analyse von Printveröffentlichungen, Rundfunkbeiträgen sowie Videos leiteten im Codebuch operationalisierte Fragestellungen zu den drei Themen Empathie (Werden positive beziehungsweise negative Emotionen der Akteursgruppen abgebildet? Werden die Emotionen bewertet?), Sachgerechtigkeit (Findet eine Personalisierung statt? Ist die Berichterstattung sachorientiert oder sensationalisierend?) und Empowerment (Wird die Handlungsfähigkeit der Rezipient*innen zum Beispiel durch Handlungs- und Verhaltensempfehlungen gefördert? Finden sich Elemente von Resilienz, Motivation etc.?).

Sample der quantitativen Analyse: Leitmedien

Die Auswahl der Medien richtete sich nach deren Bedeutung für den lokalen und überregionalen Diskurs. Wir wählten daher Leitmedien in Print und Rundfunk. Leitmedien zeichnen sich dadurch aus, dass sie als Referenz für die Berichterstattung anderer Medien dienen und damit für den politischen Diskurs von besonderer Relevanz sind. Da die Flut vor allem die Bundesländer Nordrhein-Westfalen (NRW) und Rheinland-Pfalz getroffen hat, fiel unsere Auswahl für das Sample auf die jeweils zwei reichweitenstärksten Zeitungen dieser Regionen (*Rhein Zeitung*, *Rheinische Post*, *Kölner Stadt-Anzeiger*, *Kölnische Rundschau*). Die Wahl der *FAZ*

sollte eine überregionale Perspektive einbeziehen, die jedoch durch ihre regionale Verortung nicht ganz losgelöst ist vom lokalen Diskurs. Eine nationale und für den medialen Diskurs besonders bedeutende Perspektive hat die 20 Uhr-Nachrichtensendung der ARD-*Tagesschau*, die deshalb in die Analyse aufgenommen wurde. Eine hohe Relevanz als Referenz nach der Ahrtalflut lässt sich auch dem Youtube Kanal *WippiTV* von Markus Wipperfürth, eines Ersthelfers und privaten Öffentlichkeitsakteurs, zuschreiben.[7] Wegen der regionalen Reichweite und Relevanz haben wir *WippiTV* ebenfalls in die Analyse einbezogen.[8] Das Sample für die Analyse belief sich auf 196 Printbeiträge, 8 Sendungen der *Tagesschau* und 14 Videos des Youtube Kanals *WippiTV*.

Emotion, Sachgerechtigkeit und Empowerment in der Berichterstattung zur Ahrtalflut

Erhebungszeiträume sind der 14. bis 21. Juli 2021 und der 14./15. Juli 2022. Da wir uns mit einem Krisenereignis auseinandersetzten, interessierte uns vor allem, wie Medien direkt nach dem auslösenden Ereignis damit umgehen. Zudem wollten wir wissen, wie die Berichterstattung mit dem Ereignis und seinen Folgen ein Jahr nach der Flut umging.

Als Analyseeinheit aufgefasst und codiert wurden die Print- und Videobeiträge der ausgewählten Medien. Einbezogen in die Analyse wurden die Printbeiträge inklusive Titel sowie die Videobeiträge inklusive An-/Abmoderation. Analyseeinheit war bei Printmedien der einzelne Artikel, bei Videobeiträgen der einzelne thematische Beitrag oder die An-/Abmoderation in der Sendung oder das gesamte Video, wenn der Beitrag nicht in eine Sendung eingebettet ist, wie dies bei *WippiTV* der Fall ist.

Ein Beitrag (= Oberbegriff für die Analyseeinheiten) wurde aufgegriffen, wenn die Flut 2021 klar erkennbar das Hauptthema dieses Beitrags war. „Flut“ meinte hierbei nicht nur die konkreten Ereignisse der Überschwemmung, sondern ebenfalls damit verbundene Folgen, Schicksale oder vorangegangene Ereignisse. Die Flut 2021 bildete das Hauptthema, wenn sich der Großteil des Beitrags mit diesem Thema in Bezug auf Rheinland-Pfalz und/oder NRW auseinandersetzte. Es wurden alle Beiträge, in denen die Begriffe Ahr oder Ahrtal in Kombination mit Flut oder Hochwasser vorkamen, codiert. Die Suchbegriffe für

7 Markus Wipperfürth ist Landwirt aus Pulheim und gilt als „Helfer der ersten Stunde“ in der Flutregion im Ahrtal. Er hat weit über die Grenzen der Flutregion Publikum gefunden und ist zu einer umstrittenen medienpräsenten Person geworden. Denn in seinen Videobotschaften und Medienauftritten zeigt er sich kritisch gegenüber Verantwortlichen und dem Umgang mit den Folgen der Flut. Er wird in den für diese Studie geführten Interviews als authentisch empfunden, polarisiert aber auch: die einen unterstützen ihn, weil er in seinen Videobeiträgen zeigt, „wie es ist“, die anderen halten ihn für unreflektiert, einseitig und aufbauschend (siehe auch Kapitel 2.2).

8 Limitierend anzumerken ist hier, dass dieser Einbezug als Vergleich zu den ebenfalls analysierten klassischen Medienformaten nur grobe Hinweise liefert; es wäre gerade auch im Kontext von Krisenereignissen nützlich, weitere Erkenntnisse zu solchen Social-Media-Kanälen zum Beispiel aus qualitativen Forschungsdesigns zu erhalten.

die verschiedenen Datenbanken lautete dementsprechend: „Ahr or Ahrtal and (Hochwasser or Flut)“ Nicht relevant für unsere Analyse sind Leserbriefe und Artikel in Rubriken wie „Die Stimmen der Anderen“ (Presseschau, Auszüge aus anderen Medien/Zeitungen). Ein großer Teil wurde über die Datenbank Lexis Nexis beschafft, die *FAZ*-Beiträge über deren eigenes Archiv.

Die Codierung des Materials führten fünf Codierer*innen durch, die in mehreren Schritten geschult und so mit der Anwendung des Codebuchs vertraut gemacht wurden. Die Auswertung der Codierungen erfolgte mit SPSS und ist an den drei Elementen Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment orientiert. Dabei untersuchten wir zunächst das Gesamtmaterial der Zeitungen, betrachteten dies dann getrennt nach den beiden Zeiträumen, also der Woche nach der Flut und ein Jahr nach der Flut, um Unterschiede in den Ergebnissen der lokalen Zeitungen und der überregional berichtenden *FAZ* zu finden. Für das Videomaterial der *Tagesschau* wurden die Beiträge einzeln codiert, das heißt eine Sendung der *Tagesschau* wurde zerlegt in mehrere Beiträge und die entsprechenden An-/Abmoderationen. Bei *WippiTV* betrachteten wir die Videos in der Regel als eine einzelne Codiereinheit, weil sie nicht in unterschiedliche Beiträge unterteilt sind.

4.4.2 Design der qualitativen Medieninhaltsanalyse bezogen auf die Akteursgruppen

Die Darstellung der unterschiedlichen Personengruppen gibt uns Auskunft darüber, wie die Journalist*innen mit den Akteur*innen vor Ort – insbesondere mit Helfenden und Betroffenen – umgegangen sind, welches Rollenverständnis der Berichtenden sichtbar wird und welche Rolle Emotionen in der Berichterstattung über Leid und Katastrophen spielen.

Die Darstellung von Akteursgruppen in der Berichterstattung zur Ahrtalflut

Ein besonderer Fokus lag in diesem Teil der Analyse auf den Betroffenen und Helfenden und der Darstellung der Emotionen der verschiedenen Akteur*innen. Wir beantworten darüber die Frage, wie die verschiedenen Akteursgruppen in den Medien in der ersten Woche nach dem Starkregenereignis und ein Jahr danach dargestellt wurden. Ein besonderer Fokus unserer Analyse lag auf dem Verständnis der Akteur*innen als Gruppen oder als Einzelpersonen und Schicksale. Daneben schauten wir auch auf das Informationsangebot der Medien und wollten analysieren, ob die Berichtenden vor Ort sich an einem distanzierten klassischen Selbstverständnis orientierten oder eine affektive Zeugenschaft einnahmen und ob wir Interaktionen mit Personen vor Ort sehen können.

Für die qualitative Medienanalyse wurden die gleichen Zeiträume wie in der quantitativen Analyse betrachtet, also die Woche nach dem Starkregen (14.–21. Juli 2021) und die beiden Tage ein Jahr nach der Flut (14./15. Juli 2022).

Sample der qualitativen Medienanalyse

Insgesamt umfasste das Sample für diesen Teil der Untersuchung 160 Printbeiträge aus vier regionalen Zeitungen, zwei aus Nordrhein-Westfalen (*Kölner Stadt Anzeiger*, *Kölner Rundschau*) und zwei aus Rheinland-Pfalz (*Rhein Zeitung*, *Rheinische Post*). Wir wählten die Medien so, weil wir davon ausgehen, dass die für uns wichtigen Personengruppen der Helfenden und Betroffenen in der lokalen Presse besonders im Scheinwerferlicht stehen. Daraus folgte zudem die Annahme, dass sich auf diese Gruppen bezogene Empowerment-Elemente eher in der lokalen Presse finden.

Analyseeinheit und Aufgreifkriterium entsprachen jenen, die der quantitativen Analyse zugrunde lagen. Die Codierung sowie die Auswertung des Materials mit über 6.000 Codierungen erfolgte in MAXQDA.

Die Darstellung von Betroffenen im Magazin *Aktuelle Stunde*

Angelehnt an das Codebuch für die qualitative Inhaltsanalyse der Printbeiträge haben wir die Darstellung der Betroffenen zudem in den WDR-Magazinsendungen *Aktuelle Stunde* (AKS) untersucht, und zwar für die gleichen Zeiträume (14. bis 21. Juli 2021 sowie 14. und 15. Juli 2022), ergänzt um den 13. Juli 2022, weil der erste Jahrestag auch bereits an dessen Vortag thematisiert wurde. Das Gebiet, das wir untersucht haben, liegt bezogen auf die Berichterstattungsgebiete an einer Schnittstelle. Zwei jeweils landesweit wichtige öffentlich-rechtliche TV-Informationsmagazine berichten aus dem Ahrtal: das rund halbstündige Magazin *SWR Aktuell* und das rund 45-minütige WDR-Magazin *Aktuelle Stunde*. Wir haben letzteres exemplarisch deshalb in den Blick genommen, weil hier im Unterschied zu kürzeren Nachrichtenformaten wie der *Tagesschau* sowie nachrichtlichen Darstellungsformen in den Tageszeitungen nach eigener Selbstbeschreibung ausdrücklich „Themen und Geschichten, die die Menschen zwischen Rhein und Weser interessieren, bewegen und berühren“ im Fokus stehen. Entsprechend versprach dieser Einbezug weiteren Aufschluss über Emotionalität und Empowerment als zwei der zentralen Aspekte unserer Studie.

Für die qualitative Inhaltsanalyse haben insgesamt 18 Codierer*innen an der Codierung gearbeitet. Für die Auswertung wurden die Codes innerhalb ihrer Kategorien verglichen, verdichtet, prägnante Stellen herausgearbeitet und zur Verdeutlichung der einzelnen Aspekte abgespeichert. Diese wurden genutzt, um einen Eindruck davon zu erhalten, wie die untersuchten Aspekte in den Veröffentlichungen vorkommen können. Die Ergebnisse werden exemplarisch und im Abgleich mit den Befunden aus den qualitativen Interviews in Kapitel 8 vorgestellt.

5 Wahrnehmungen, Erwartungen und Ansprüche der Berichtenden: Befunde aus den Leitfadeninterviews

5.1 Das Arbeitsumfeld vor Ort als Herausforderung an die Berichterstattung

Alle interviewten Journalist*innen waren direkt nach der Flut vom 14. auf den 15. Juli 2021 unter anderem durch das aufgrund der Zerstörungen *unwegsame Gelände* herausgefordert.

> „Umstände, die super anstrengend waren […], gerade in diesen heißen Sommerzeiten, wo eben nichts funktioniert hat und wo man nicht weiß, wo ein Kameramann knietief im Schlamm steht und dann nicht mehr rauskommt und von Männern da rausgezogen werden muss." (Angela Ebhardt, ZDF)

Schwieriges Gelände, übler Geruch

Straßen waren nicht mehr vorhanden oder befahrbar und mussten umgangen werden, manche Orte konnten nicht erreicht werden.

> „In den Tagen nach der Flut war es so, dass ein großer Teil der Straßen und Brücken total zerstört war […]. Die Orte im Ahrtal waren extrem schlecht zu erreichen. Viele Orte waren schlichtweg auch von der Außenwelt abgeschnitten. Es gab Orte, die zum Beispiel nur […] über eine kleine Brücke erreichbar waren. Der Ort Rech ist so ein Beispiel." (Renata Sappert, SWR)

Aufgrund der Zerstörungen und des schwierigen Geländes mussten Journalist*innen teilweise mit geländefähigen Panzern mitfahren oder zu Interviewterminen klettern.

> „Man konnte nicht einfach zu einem Interviewort gehen sozusagen, sondern man musste klettern. Ich erinnere mich an einen Termin […] an der Kläranlage […] in Sinzig. […] Alles kaputt, verschlammt, überschwemmt. Mir kam das Ministerin-Fahrzeug entgegen und ich dachte: wieso drehen die um? […] 100 Meter weiter wusste ich, da war […] ein 15, 20 Meter breiter Krater, ein paar Meter tief. Da kam man gar nicht mehr durch. […] Da habe ich den Wagen geparkt und bin in diesem Krater runtergeklettert, dann durchgelaufen und auf der anderen Seite wieder hochgeklettert, um zum Klärwerk zu kommen, um meine Sendung zu machen." (Michael Lang, SWR)

Frank Gerstenberg, der damals für *Focus online* und den *Stern* arbeitete, kam nicht mehr nach Hause. Nach seinem Einsatz am ersten Tag direkt nach der Flut blieb er im Ahrtal stecken.

> „Und dann habe ich da in meiner Naivität versucht, nach Hause zu kommen über die Auto-

bahn und […] die gab es natürlich schon noch, aber […] nicht mehr so in dem Sinne, dass man sie befahren konnte […]. Am Abend habe ich dann versucht, […] da erst mal zu tanken. Und dann habe ich gedacht, wo fährst du jetzt überhaupt hin, wie kommst du nach Hause? […] Dann habe ich jemanden an der Tankstelle gefragt, ob er mir sagen könnte, wo ich in Bad Neuenahr übernachten könnte. [Er hat mich] ein bisschen mitleidig angeguckt, weil in Bad Neuenahr gab es nichts zu übernachten."

Der Mann an der Tankstelle leitete ihn an die Helferin Michaela Wolff weiter, die ihr Weingut in der Nähe bereits am ersten Tag nach der Flut zu einem Fluthilfelager umfunktioniert hatte. Dies bot ihm die Gelegenheit, vor Ort zu bleiben und kontinuierlich vom Ahrtal zu berichten.

„[E]in *Stern-Online* Redakteur, der war in Schuld gestrandet […]. Ich glaube, der sollte […] vom Hochwasser berichten. Aber der hat natürlich auch nicht damit gerechnet, dass da so was kommt und wurde da eingeschlossen. Und er hatte […] nichts gegessen, nicht geschlafen […]. Wir hatten inzwischen aber unsere ganzen Ferienwohnungen für Flutbetroffene hergegeben, dass die erst mal unterkommen konnten […]. Der hat […] in unserem privaten Gästezimmer geschlafen. Obwohl das ein Wildfremder war, hatten wir Mitleid. Und dann hat er […] hier so sein Onlinebüro aufgeschlagen und ist […] gar nicht nach Hause […]." (Michaela Wolff)

Auf das Berichten über eine solche Katastrophe waren die meisten nicht eingestellt

Wie für die Betroffenen gab es für die Berichterstatter*innen in den ersten Tagen teilweise kein Frischwasser. In den von der Flut zurückgelassenen Schlamm und Schutt mischte sich ausgelaufenes Öl und ein Gestank, der in den Kleidern hing.

„Da lag ein wirklich sehr spezieller, übler Geruch in dem Tal. Es war mitten im Sommer. Es waren viele Tiere […] verendet, […] unendlich viele Ölheizungen ausgelaufen. Diese Mischung […] war [für] die Kollegen vor Ort […] schwer zu ertragen." (Renata Sappert, SWR)

Zudem gab es *keinen Strom, kein Telefon- und Mobilfunknetz sowie kein Internet*. So konnten sie produzierte Beiträge nur schwer an ihre Redaktionen senden, fuhren entweder auf Anhöhen oder zu Telefonmasten. Daniel Robbel konnte dank der Unterstützung eines Kollegen publizieren.

„Ich hatte noch mein Handy, das funktionierte. Und ein Kollege aus Bonn, […] dem habe ich dann die Daten zukommen lassen per WhatsApp und Mail und der hat das dann online publiziert, allerdings […] über die sozialen Medien." (Daniel Robbel, *Blick aktuell*)

Schwierig war auch, Bürgermeister oder andere Verantwortliche zum Beispiel in der Verwaltung zu erreichen, zumal einige selbst von den Flutfolgen betroffen oder stark eingebunden waren oder es gar keine Telefonverbindung gab.

> „Die klassischen Kommunikationsnetze […] haben halt nicht funktioniert und deswegen war wirklich die einfachste und beste Variante: Hinfahren und einfach mal gucken.“ (Johannes Baumert, SWR)

Dass die Kommunikationswege vor Ort nicht funktionierten, erschwerte es auch, an Informationen der Pressestellen unter anderem der Landesregierung in Mainz zu gelangen.

> „Informationen, zum Beispiel über Nachrichtenagenturen oder von anderen Medien […], würden wir normalerweise natürlich auch unseren Reportern vor Ort zur Verfügung stellen oder sie würden sich selber […] mobil informieren. Das ging alles nicht.“ (Renata Sappert, SWR)

Umso wichtiger war für die Reporter*innen der ersten Tage *Zeit, sich vor Ort eine Übersicht vom Ausmaß der Zerstörung zu verschaffen* und dieses Ausmaß zu begreifen.

> „Als ich dann, als ich im Tal war, zum ersten Mal durch die Straße gegangen bin, […] habe [ich] Baumstämme in den Fenstern gesehen, ich habe den Schlamm bis unter der Decke gesehen […]. Ich habe am Marktplatz mehrere Autos, […] sogar übereinandergestapelt gesehen. […] Aber erst als ich die Kurgartenbrücke in der Ahr sah, wie so ein Spielzeug einfach reingeschmissen sozusagen, da fiel dann auch der Groschen.“ (Michael Lang, SWR)

Den meisten Reporter*innen fehlte eine spezielle Ausbildung für Krisen

Über eine Naturkatastrophe dieses Ausmaßes zu berichten, war neu, es gab keine spezielle Vorbereitung, anders als sie zum Beispiel Reporter*innen, die in Krisengebiete reisen, angeboten wird.

> „Das war sehr herausfordernd. […] Also wir sind Reporter, die natürlich jeden Tag mit Menschen zu tun haben, aber wir sind nicht auf Katastrophen geschult. Wir haben auch keine Ausbildung in Katastrophenberichterstattung oder so.“ (Johannes Baumert, SWR)

Marius Reichert war eine Ausnahme, da er einmal ein solches *Krisentraining* absolviert hatte und das Gelernte nun im Flutgebiet anwenden konnte:

> „Ich habe das Glück gehabt, dass ich vor einigen Jahren ein Krisentraining machen durfte […]. Das hat mich zum Beispiel […] gelehrt, […] wie man sich vor Ort in so einer Krisensituation auch verhält als Team […]. In unserem Haus gab und gibt es Angebote zur Ge-

sprächstherapie, wenn man das in Anspruch nehmen möchte.“ (Marius Reichert, WDR)

Herausfordernd waren auch die *Abwehrreaktionen* der Betroffenen auf die Medienvertreter*innen in den ersten Tagen und noch Wochen danach, wo einige

„… das Kamerateam verscheuchen wollten, nach dem Motto Katastrophentouristen in Anführungsstrichen […], weil die einfach mit ihren Nerven am Ende waren. Das nimmt man nicht übel, aber […] wir wollen ja eigentlich das Gegenteil […].“ (Angela Ebhardt, ZDF)

Marius Reichert (WDR), sensibilisiert durch sein Krisentraining, erklärt dies damit, dass Menschen, die ihre Liebsten und/oder ihr Hab und Gut verloren haben, in der Lage sind, „Journalisten in dem Moment zu verabscheuen, anzugreifen, weil sie nicht möchten, dass dieses Leid auch festgehalten wird“. Man stehe dort mit einem Kamerateam, müsse aber Abstand wahren und auch „eine Situation verlassen, während man sie vielleicht eigentlich unbedingt haben möchte, weil sie bildstark sein könnte. […] Man muss sich wirklich Gedanken machen, wie man auch wieder die Flucht ergreifen kann, weil die Menschen eben in einer solchen Ausnahmesituation sind.“

Daniel Robbel von *Blick aktuell* erlebte ebenfalls Gewaltandrohungen, wenn er fotografieren wollte, und ihm wurde die Luft aus seinen Autoreifen herausgelassen, was er auf sein Presseschild im Auto zurückführt.

Rollenkonflikte: Nur berichten oder auch helfen?

Die Konfrontation von Betroffenen, aber auch Helfenden einerseits und Öffentlichkeitsakteur*innen andererseits ist immer wieder ein Thema, auch bei der Erwartung mancher Betroffener, dass Öffentlichkeitsakteur*innen anpacken und helfen, sowie bei Rollenkonflikten der Berichtenden, entweder nur zu berichten und damit Distanz zu wahren oder sich eine besondere Nähe zu Betroffenen zu gestatten und auch mitanzupacken.

Die akute Lage und die Notwendigkeit, aktuelle Informationen zu vermitteln, erzeugte einen hohen *Zeitdruck* und außergewöhnlich *lange Arbeitstage*. *Kollegialität* war sehr bedeutsam.

„Aber natürlich arbeitet man am absoluten Limit. Man arbeitet mit wenig Pausen, […] man kann keine Pause machen und einen Imbiss zu sich nehmen. In den Orten, in denen ich unterwegs war, gab es nichts mehr. Man hätte den Ort verlassen müssen, um sich zu versorgen. Das funktioniert nur, wenn man Kolleginnen und Kollegen hat, […] denen man vertrauen kann. Und die hatte ich in diesen Tagen.“ (Marius Reichert, WDR)

„Wenn ich nur Töne gehabt habe und musste aber schon wieder zum nächsten Termin, wie zum Beispiel zur Kläranlage, dann konnte ich einen Kollegen fragen, der im Ü-Wagen

saß in Schuld. Hier, kannst du das bitte fertig machen und rausschicken? War auch egal, welcher Name drunter kam. […] Die O-Töne flogen hin und her, die Infos flogen hin und her. Es ging darum, die Infos rauszubekommen." (Michael Lang, SWR)

Reporter*innen vor Ort übernahmen auch *Funktionen einer Auskunfts- und Vermittlungsstelle*, man informierte sich *gegenseitig*, berichtete über Helferorganisationen und nutzte sie ebenfalls für Auskünfte, etwa „um zu fragen, wie die Situation in bestimmten Orten ist oder wo bestimmte Hilfe noch nötig ist […]" (Johannes Baumert, SWR).

„Die Bürotür war ja auf. Die Leute sind zu uns gekommen und haben gesagt, wo ist denn hier noch eine Tankstelle und ein Bankautomat? Das wollten die vom SWR wissen […]. Oder es gab laufend Anrufe auch bundesweit: ‚Wir wollen was spenden, wem können wir das spenden?' […] Das ist nicht meine journalistische Aufgabe […]. Aber natürlich haben wir das gemacht und […] immer natürlich abgeklopft, […] ob wir da noch journalistisches Potenzial haben." (Michael Lang, SWR)

Insgesamt wurde in den Interviews deutlich, dass die fehlende Ausbildung zu Katastrophenfällen, die vielfältigen Folgen der Flut von starker Zerstörung, Gestank bis hin zu menschlichen Tragödien, sowie der Umgang mit den oft unter Schock stehenden Betroffenen die Berichtenden selbst emotional und psychisch belastete.

Diese emotionale Herausforderung leitet zum nächsten Kapitel über, in dem es um die Rolle von Emotionen beim Berichten geht.

5.2 Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in der Wahrnehmung der Öffentlichkeitsakteur*innen und ihrer Arbeit vor Ort

Aus den Interviews mit den Medienschaffenden wurde deutlich, als wie relevant jeweils Empathie, Empowerment und Sachgerechtigkeit gesehen wurden.

5.2.1 Die Wahrnehmung von Empathie und Emotionen in der Arbeit der Berichtenden

In den Interviews wurden hauptsächlich die Begegnungen mit den Menschen vor Ort und die unterschiedlichen journalistischen Arbeitsweisen angesprochen, also das, was hinter den Kulissen für die Berichterstattenden eine Rolle gespielt hat.

Vier Bedeutungsfelder von Emotionen

In der Analyse zum Bereich Empathie wurden vier zentrale Bedeutungsfelder für Emotionen deutlich: a) Emotionen *als Zugang* zu Betroffenen und Helfenden, b) Emotionen *im Umgang* mit Betroffenen und Helfenden, c) Emotionen als *Arbeitsauftrag* sowie d) *die eigenen Emotionen*.

a) Emotionen als Zugang zu Betroffenen und Helfenden

Die Öffentlichkeitsakteur*innen beschrieben bezogen auf die Kontaktaufnahme zu Betroffenen und Helfenden aufgeschlossene sowie abwehrende Reaktionen und unterschiedliche Gefühlslagen.

> „Es gab also immer wieder Menschen, die zugänglich waren, die mir ihren Garten gezeigt haben, wo etwas weggeschwommen ist, wo dann plötzlich ein Auto im Garten stand. Die in einem, wie sie sagten, Tsunami überspült wurden, […] Todesangst hatten auf ihren […] Dachböden, […] sich anguckten, wie das Wasser immer höher stieg. Und […] mir geschildert haben, was sie gemacht haben, wie sie dann mit der Feuerwehr gesprochen hatten, die ihnen geraten hat, sie sollten […] einen Dachziegel rausnehmen und […] mit den kleinen Kindern auf das Dach klettern in der Nacht […].“ (Frank Gerstenberg, *Focus online* & *Stern*)

Neben einem *Mitteilungsbedürfnis* der Betroffenen und Helfenden, emotional sehr belastende Erlebnisse zu teilen, konnte auch das Gefühl, über eine mediale Öffentlichkeit auf die Lage im Ahrtal *aufmerksam machen* zu wollen, den Zugang verschaffen.

> „[D]a hatte ich wirklich immer das Gefühl, dass viele Leute uns […] gegenüber sehr dankbar gegenübergetreten sind, dass wir berichten, sich auch an uns gewendet haben mit vielen Themen, mit Fragen […] und auch sehr schnell uns als […] Leute wahrgenommen haben, die, […] ihr Leid […] in die Öffentlichkeit bringen.“ (Johannes Baumert, SWR)

Vor-Ort-Sein, eine daraus resultierende *Bekanntheit* und *Vertrauen* wurden als Schlüssel für den Zugang zu den Betroffenen beschrieben. Daniel Robbel (*Blick aktuell*) berichtete, dass ihn Menschen aus Ahrbrück auf seine Beiträge über Mayschoß angesprochen haben mit der Frage, ob er nicht ähnlich auch über sie berichten würde.

b) Emotionen im Umgang mit Betroffenen und Helfenden

Ein zentraler, mehrfach angesprochener Aspekt war der *vorsichtige Umgang* mit Betroffenen. Auch die *Betroffenheit* von Funktionsträger*innen und Verwaltungsmitarbeiter*innen wurde beschrieben. Kommunalpolitker*innen teilweise hilflos und unter Schock zu erleben und dies zudem außerhalb eines offiziellen Settings wie einem Pressetermin, war neu, beschrieb Michael Lang (SWR). Man habe sie „ja nicht in ihrem Büro angetroffen wie sonst“, sondern in irgendeiner Vor-Ort-Situation.

Vorsicht und viel Zeit im Umgang mit Betroffenen

Gerade der Emotionalität der Situation wegen sei es bedeutsam, sich *viel Zeit nehmen* zu können. Man müsse hinhören und den Bedürfnissen der Betroffenen entgegenkommen, ihre Geschichten teilen und damit ihre Seele etwas entlasten.

> „Empathie ist eben auch das, was ich eben andeutete, dass man auch mal einfach zugehört hat, dass man zugehört hat, wenn Menschen eben das Schlimmste, was sie erlebt haben, mit dir teilen. Und das verdient Respekt, sich das anzuhören. Und dann drückt man auch mal einen Anruf weg. Solange es jetzt nicht in einer Livesituation ist, ist da auch Zeit für. Und ich erinnere mich auch an Liveschalten, die vom Regisseur noch um fünf Minuten verlängert wurden, weil alle in der Regie […] Gänsehaut bekamen und gesagt haben: ‚Wir hören den Leuten jetzt zu, auch live.' Auch wenn man da immer strikte Angaben hat: nicht länger als drei Minuten. Das wurden dann plötzlich sechs Minuten und es hat funktioniert." (Marius Reichert, WDR)

Immer wieder blieb auch als Konflikt, dass die Betroffenen noch länger erzählen wollten, die Medienschaffenden aber keine Zeit mehr erübrigen konnten, weil sie Beiträge fertig machen und in die Redaktion schicken mussten. In der aktuellen Berichterstattung war dies der Wahrnehmung der Befragten nach sehr herausfordernd. Angela Ebhardt (ZDF) beschreibt,

> „dass man, wenn man erst mal da ist, 1000 Geschichten hört. Und alle haben natürlich den Wunsch und den Anspruch, dass sie vorkommen. Aber man kann nicht alles senden und man muss eben […] zurückfahren und es zu Ende produzieren. Das muss geschnitten werden, getextet werden. Also da […] eine Grenze zu ziehen und […] sich abzugrenzen, das ist manchmal schon schwierig gewesen."

Der Aspekt der Zeit ist *formatabhängig*. Bei nicht aktuellen und längeren Beiträgen konnten die Berichterstatter*innen mehr Raum geben und machten dies auch. Ein Beispiel ist die Reportageserie „Ein Dorf baut auf" des SWR.

> „Die Kollegen sind vor Ort gewesen, im Dorf Dernau, haben sich umgetan und kamen mit Leuten ins Gespräch. Erst mal auch ohne Kamera, ohne Mikro, mit viel Zeit. Also sie haben einen ganzen Tag in diesem Ort verbracht und kamen mit den Menschen ins Gespräch und verbunden eben mit der Frage ‚Wären Sie bereit, Ihr Schicksal zu schildern, zu erzählen, was Sie erlebt haben?'" (Renata Sappert, SWR)

Tobias Roth (Freiberufler) schilderte: „Wenn ich mit Leuten drehe und sie mich als Kamerateam empfangen, versuche ich erst mal, auch Mensch zu sein. Gerade wenn es um so ein Thema geht." Er packe dann nicht direkt die Kamera aus, „sondern ich suche dann einfach erst mal das Gespräch".

Für die Betroffenen mitdenken, um Menschen vor sich selbst zu schützen

Besonders in den ersten Tagen trafen die Öffentlichkeitsakteur*innen auf Menschen, die sie als schockiert und aufgewühlt wahrnahmen. Sie sahen es als ihre Aufgabe an, *für die Betroffenen mitzudenken*, wenn diese selbst dazu nicht in der Lage schienen.

„Die Verantwortung liegt […] immer bei uns, weil die Menschen […] in dieser Situation überfordert waren. Sie […] konnten das gar nicht abschätzen, was da passiert. Da steht ein Kamerateam plötzlich bei denen im Hof und die haben mit Fernsehen noch nie was zu tun gehabt. […] Das eine oder andere Mal musste man die Menschen […] vor sich selbst, vor uns schützen, indem wir die Entscheidung getroffen haben ‚Und jetzt ziehen wir uns hier raus', wenn vielleicht auch dieses Stückchen […] stark war, aber […] denjenigen vielleicht bloßgestellt hätte[…]. Man musste […] für die Menschen mitdenken." (Angela Ebhardt, ZDF)

„Es war total leicht, O-Töne zu bekommen, weil natürlich Redebedarf da war. Da liefen […] Menschen rum […], orientierungslos, nur mit 'nem T-Shirt oder ihrem Schlafanzug […], mit 'nem Handy in der Hand und suchten 'ne Ladestelle für ihr Handy. […] Ich habe mit diesen Leuten auch gesprochen, […] schnell gemerkt, […] dass sie nicht realisierten, was sie sagten […], dass ich gucken muss, wer spricht denn da? Spricht da dieser Mensch, oder spricht da jemand oder weint da jemand oder flucht da jemand, der traumatisiert ist?" (Michael Lang, SWR)

Zum vorsichtigen Umgang mit Betroffenen zählten Entscheidungen von Öffentlichkeitsakteur*innen, Interviews ganz oder in Teilen *nicht zu veröffentlichen*, weil sie *negative Emotionen* wie Wut nicht ausnutzen, nicht polarisieren, kein einseitiges Bild zeichnen, skandalisieren oder öffentliche Angriffe verstärken wollten.

„Da hat sich jemand um Kopf und Kragen geredet. Also das war ein Ortsvorsteher. […] Wenn wir das aufgeschrieben hätten, was der uns gesagt hat. […] Das haben wohl […] einige Medien gemacht. Der war so ein vertrauensseliger Typ, der gar nicht wusste, was um ihn herum passierte, […] der […] nicht überblickte, was da am Ort passierte. […] Wenn man das beschrieben hätte, da wäre der Mensch seines Lebens nicht mehr froh gewesen." (Frank Gerstenberg, *Focus online* & *Stern*)

Vieles muss privat bleiben

Auch trotz der Autorisierung der von den Öffentlichkeitsakteur*innen interviewten Personen, die Gefühle oder emotionale Äußerungen dann nicht mit einer breiten Öffentlichkeit teilen wollten, konnte es vorkommen, dass etwas nicht gesendet wurde. Man müsse bei Gefühlsäußerungen wie Weinen sowie Trauer auch mal die Kamera ausschalten und eine Pause einlegen, um die Gesprächspartner*innen nicht zu überfordern. Daniel Robbel (*Blick aktuell*) zitierte im Interview einen Radiomoderator, der sagte,

„wir müssen natürlich die Leute fragen, ‚Wie geht es jetzt Ihnen?' Aber wenn von dieser Antwort von fünf Minuten vier Minuten 50 ein Weinkrampf ist, dann muss ich vier Minuten und 50 das Mikrofon ausschalten. […] Das wird halt nicht überall gemacht."

Zur schützenswerten *Privatsphäre* von Betroffenen können private Gegenstände, angeschwemmte Fotos, Nummernschilder von Autos oder eine Information über den Verlust von Familienmitgliedern gehören – Themen, die zuallererst im Privaten verhandelt werden sollten.

> „Es gab aber auch natürlich Sachen, wo jetzt […] sehr persönliche Hausratsgegenstände, also Spielzeug zum Beispiel [an]geschwemmt [wurden] oder Grabsteine oder Bilder von Menschen […]. Das haben wir dann […] nicht gemacht. […] Ich wollte das ja auch nicht." (Daniel Robbel, *Blick Aktuell*)

> „Am allerersten Tag in Ahrweiler hat mir ein älterer Herr erzählt, dass seine Frau […] tot gefunden wurde. Er war total verzweifelt. Er [wisse] nicht, wie er das seinem Sohn erklären soll, der irgendwo anders lebt. Und er [könne] den Sohn auch nicht erreichen, weil er kein Handy hat, weil es keinen Empfang gibt und so. […] Und natürlich könnte man jetzt sagen, dieser O-Ton war irgendwie besonders spektakulär oder so. Aber natürlich war mir sehr schnell klar: ich kann diesen O-Ton nicht bringen, weil […] der Sohn dann vom Tod seiner Mutter übers Radio erfährt. Das kann ich nicht machen, das darf ich nicht." (Johannes Baumert, SWR)

Die mögliche *Re-Traumatisierung* der Betroffenen durch Interviewfragen und Medienbeiträge spielt auch auf lange Sicht eine Rolle. Sie kann zum Beispiel auch bei den Jahrestagen Flashbacks erzeugen. Marius Reichert weist auf die Effekte hin: „Es kann sehr, sehr viel auslösen. Es kann sehr viel triggern bei den Menschen […]."

Interviewfragen und Beiträge können auch re-traumatisierend wirken

Solche Zitate veranschaulichen die Empathie mancher Öffentlichkeitsakteur*innen, andere hingegen folgten solchen Grundsätzen nicht.

> „Das hat ja auch mit dem Druck zu tun des jeweiligen Mediums, […] was der Unterschied sein kann zu eben privatrechtlich organisierten Medien, die diese Geschichten gezielt suchen, sie teilweise auch bezahlen. Ich habe mit eigenen Augen gesehen, wie Reporterinnen und Reporter der *Bild*-Zeitung tatsächlich Geld bezahlt haben an Betroffene, um diese Geschichten zu erzählen, dass sie sie exklusiv haben." (Marius Reichert, WDR)

Die Folgen der *Konfrontation unter Schock stehender Menschen* mit Fragen, die schlimme Erinnerungen wachriefen, trieb manche Öffentlichkeitsakteur*innen um. Klaus Angel schilderte, dass er

> „das Gefühl hatte, ich frage sie danach und die durchleben quasi die Situation wieder. Und das ist für mich super unangenehm gewesen, weil ich ja auch tatsächlich sehr unangenehme Situationen erlebt habe." (Klaus Angel, *Linus Wittich* & *Ahrtalradio*)

Angel kommt aus dem Ahrtal und war selbst mit seinem Weingut und Wohnhaus betroffen, in seinem nahen Umfeld waren Menschen durch die Flut ums Leben gekommen.

Auch die Helfenden waren emotional belastet

Die Helfenden waren ebenfalls emotional sehr belastet. Sie hatten viel gesehen und erlebt, teilweise Tote geborgen, ohne Pause gearbeitet. Auch im Umgang mit ihnen spielten Emotionen für die Öffentlichkeitsakteur*innen eine Rolle, noch Monate nach der Flut. Tobias Roth, der als freier Journalist für verschiedene Privatsender berichtete, drehte eine eigentlich positive Reportage im Ahrtal: Die Liebesgeschichte eines Helfers aus dem Saarland, der sich im Ahrtal niedergelassen hatte und seiner Freundin bei einem Helferfest einen Heiratsantrag gemacht hatte.

> „Also die fingen dann, und das fällt einem natürlich […] nicht leicht als Reporter, […] vor der Kamera [an] zu weinen […]. Ja, das musst du natürlich auch […] für dich verarbeiten und du musst […] dann nicht nur Reporter sein, sondern du musst ja auch Mensch sein."
> (Tobias Roth, *freier Journalist*)

Marius Reichert (WDR) schildert, dass er bei einer Reportage mit Notfallseelsorger*innen in der Eifel viel über die Phasen der psychischen Belastung und Verarbeitung sowie die Risiken, auch langfristig psychisch zu erkranken, gelernt habe: „Wir haben ja bis heute auch nachgewiesene Fälle von posttraumatischen Belastungsstörungen in den Flutgebieten."

Studioleiterin Renata Sappert (SWR) teilte die Schilderungen anderer Interviewpartner*innen, die beschrieben, dass Schockzustände und Traumata von Betroffenen und auch von Helfenden ihnen in ihrer Arbeit bis dahin nicht begegnet waren und dass sie dies sehr belastete. Sie beschrieb die *doppelte Herausforderung durch Emotionen* in der Begegnung mit dem Leid der Menschen vor Ort und durch die eigene emotionale Belastung. Auf diese Herausforderungen konnte man nicht mehr entsprechend vorbereitet werden.

> „Was auch wirklich ein großer Faktor war, war das große menschliche Leid, auf das wir eben vor Ort gestoßen sind. Die Zerstörung war sichtbar und die Menschen, die vor Ort waren und die knapp überlebt haben, haben alles verloren, […] waren natürlich auch traumatisiert, haben mit angesehen, wie Angehörige, Nachbarn, Freunde in den Fluten verschwanden. […] Und das war […] eine sehr große Herausforderung […], da Berichterstattung sicherzustellen. […] [W]ir haben hier eine Situation vorgefunden, die ein Katastropheneinsatz ist. Und normalerweise werden Reporter für so etwas vorab ausgebildet oder vorbereitet, auch psychologisch vorbereitet, um mit dem umzugehen, was man vor Ort antrifft." (Renata Sappert, SWR)

c) Emotionen als Arbeitsauftrag

Die Emotionalität der Situation, das Mitgefühl und die Nähe zu Betroffenen trieb Öffentlichkeitsakteur*innen insbesondere in der Anfangszeit stark an und motivierte sie dranzubleiben. Bei jedem, der vor Ort war, habe es

> „diesen Impuls [gegeben], da müssen wir was machen, das müssen wir klarer erzählen […] und dem kann man sich dann auch nicht entziehen. […] Wenn andere Themen in Konferenzen oder […] zu Hause besprochen wurden, dann merkte ich schon, dass ich unruhig wurde, weil das alles nicht wichtig war. [Es] war nur wichtig, dass die Leute irgendwie an der Ahr Hilfe bekommen. Ich konnte nicht […] über andere Themen reden." (Michael Lang, SWR)

Frank Gerstenberg (*Focus online* & *Stern*), der in Bad Neuenahr zunächst gestrandet war, blieb rund drei Wochen vor Ort in der Unterkunft bei Michaela Wolff, obwohl sein Zuhause nur eine Stunde Autofahrt entfernt war.

> „Wenn ich mich dann erst mal in so eine Recherche vertiefe, wo dann ständig neue Geschichten sich aufdrängen oder sich ergeben, dann möchte ich […] einfach dort die ganze Zeit sein […]."

Viele Berichtende setzten ihren Angaben zufolge Emotionen auch ein, um persönliche Geschichten und Erlebnisse der Betroffenen zu vermitteln und dadurch mehr *Verständnis* bei den Rezipient*innen zu erzeugen.

> „[W]enn ein Betroffener sein Schicksal schildert, ist das immer noch mal eindringlicher […] und führt, glaube ich, zu einem größeren Verständnis des Zuschauers, als wenn man über Allgemeinplätze redet." (Angela Ebhardt, ZDF)

Auch lange Formate, wie die Podcast-Reihe „Die Flut – Warum musste Johanna sterben?" (WDR/SWR, geführt von Marius Reichert) trugen viel zu einem solchen Verständnis bei.

> „Es sind extrem eindringliche und eindrückliche Interviews und Aussagen, die man dort zu hören bekommt von Betroffenen, aber auch von Experten, von Psychologen. Das geht sehr, sehr in die Tiefe. […] Ich glaube, das ist das zentrale Vehikel, um Verständnis, um eben Dinge begreiflich zu machen, Dinge so zu beschreiben, dass für Außenstehende nachvollziehbar [wird], wie gigantisch die Zerstörung war. […] Wir haben ja nichts dramatisiert. Wir haben beschrieben, wie Eltern sagen, dass es für sie schwer erträglich ist, dass nicht mal ein Kleidungsstück zurückgeblieben ist […]. An diesem kleinen Beispiel wird meiner Meinung nach [deutlich, da] entsteht Empathie und […] vielleicht auch noch […] das öffentliche Interesse daran, zu erfahren, wie es dazu kommen konnte." (Renata Sappert, SWR)

Emotionen veranschaulichen die Krise und schaffen Aufmerksamkeit für sie

Etliche Öffentlichkeitsakteur*innen nutzten Emotionen bewusst, um *Informationen* zur Flut und ihren Folgen *verständlicher* zu machen und um im Ahrtal, überregional und *deutschlandweit* Rezipient*innen zu *erreichen*. Tobias Roth (Freiberufler) formuliert die wegleitenden Schlagwörter: „Sensibilität, Empathie […]."

Eindringliche, emotionale Erzählweisen und entsprechende Formate sollten auch helfen, das Interesse am Thema aufrecht zu erhalten.

> „Es war für mich selber erstaunlich, wie schnell, auch in anderen Teilen von Rheinland-Pfalz, der Gedanke war, ‚Ach, das ist ja jetzt ein halbes Jahr her, da ist es doch jetzt auch wieder gut, oder?' […] Und das ist eben hier nicht der Fall. Deswegen glaube ich, muss man es immer wieder eben über starke Protagonisten, über gute Beispiele versuchen zu illustrieren." (Renata Sappert, SWR)

„Ihr müsst das selber sehen, ihr müsst das auch riechen …": Augenzeuge sein, ist wichtig

Wichtig dafür, so die Berichterstattenden, sei dabei die *Augenzeugenschaft*.

> „Wenn man das selber gesehen hat, ist es noch was ganz anderes, als wenn man es im Fernseher gesehen hat […]." (Angela Ebhardt, ZDF)

> „Alle Beiträge waren natürlich emotional, weil die Situation emotional war. Aber ihr müsst das sehen […]. Ihr müsst das auch riechen. Ihr müsst das hier mal einatmen, diesen Dreck. Oder ihr müsst die Angst spüren, die die Leute vor Seuchen haben. Abends. Es war Sommer. Die hatten Angst, dass die Ratten über die Müllberge springen. […] Angst ist nicht nur im Interview erfahrbar, sie ist ja auch […] menschlich spürbar. Und das erfährst du halt nur, wenn du vor Ort bist." (Michael Lang, SWR)

Betroffene befürchteten, vergessen zu werden; auch das trieb viele Berichtende an

Die Betroffenen hatten *Angst, vergessen zu werden*. Vielen Berichterstattenden war dies bewusst und zudem Antrieb, kontinuierlich zu berichten.

> „Dann gab es […] einen breiten Konsens, dass es wichtig ist, dass über das Ahrtal gesprochen wird, weiterhin. Auch teilweise unter dem Vorzeichen, egal wie, Hauptsache, es wird nicht vergessen." (Daniel Robbel, *Blick aktuell*)

> „Die Menschen haben eine Sau-Angst, dass sie alleine gelassen werden und […] die Aufmerksamkeit nicht mehr ins Ahrtal geht und sie mit ihren Sorgen und Nöten alleine gelassen werden." (Angela Ebhardt, ZDF)

Medien könnten helfen, dass das nicht geschehe. Michael Lang (SWR) sah dies ähnlich und fand daher jegliche Berichterstattung über das Ahrtal gut, Hauptsache, dass sie „wieder Aufmerksamkeit generierte, und zwar Aufmerksamkeit an den richtigen Stellen aus Sicht des Ahrtals, nämlich in Mainz bei den Entscheidungsträgern und in Berlin“.

d) Die eigenen Emotionen

Vor allem Berichtende der ersten Tage und Wochen vor Ort sprachen *emotionale Belastungen* als Teil ihrer Arbeit an.

> „In der Ausbildung lernt man immer: Man holt niemanden vors Mikro oder vor die Kamera, der gerade unter Schock steht. Aber was machst du, wenn alle unter Schock stehen und du vielleicht auch irgendwie so da drin bist?“ (Johannes Baumert, SWR)

Psychologisches Wissen zu Krisen und entsprechende Strategien waren wichtig

Verschiedene Befragte sprachen daher von der Notwendigkeit, *Distanzierungsstrategien* zu entwickeln. Dazu gehörte, sich nach Hause zurückzuziehen, mit Freunden und Familie zu reden und Pausen einzulegen. Zudem bestand mit Blick auf die für Journalist*innen oft handlungsleitende Distanz eine Sorge vor zu viel emotionaler Nähe; sie äußerte sich auch in den in Kapitel 5.2.3 dargestellten Rollenkonflikten.

> „Ich denke, wir dürfen nicht Akteure werden, und Akteure werden wir, glaube ich, auch in dem Moment, wo unsere eigene Emotionalität in den Vordergrund gerät. Das, denke ich, ist etwas, was auch für den Zuschauer oder die Zuschauerin irritierend ist. Es [gehört] nicht in die Berichterstattung […], dass man als Reporter, als Reporterin seinen eigenen Gefühlen Ausdruck verleiht. Unser Auftrag ist es, möglichst objektiv zu berichten und denen eine Stimme zu geben, die ja betroffen sind, möglichst alle Seiten zu beleuchten, alle relevanten Personen oder Akteure zu Wort kommen zu lassen.“ (Renata Sappert, SWR)

Doch dies setzten nicht alle so um, entweder weil sie in der Gegend lebten und dieser verbunden waren, weil sie privat betroffen waren oder weil sie eine starke Nähe zu Betroffenen hatten.

> „Ich bin kein Psychologe und insofern haben die Geschichten auch was mit mir gemacht. Da waren teilweise sehr finstere Sachen dabei und die habe ich dann tatsächlich mit nach Hause genommen. Ich habe also keine Distanz aufgebaut […]. Das war für mich nicht gut […]. Ich bin nicht depressiv geworden oder so, aber ich kam da in eine Abwärtsspirale rein und da musste ich auch so ein bisschen Abstand schaffen.“ (Klaus Angel, *Linus Wittich* & *Ahrtalradio*)

> „Ich habe sicherlich auch das eine oder andere Mal die Distanz verloren, wenn Menschen mir ihr Schicksal unterbreitet haben und man

dann einfach fassungslos danebensteht und auch nicht nur Berichterstatter und neutral sein kann. Das wurde sicherlich verstärkt dadurch, dass das [...] in meiner Heimat spielte und ich natürlich [...] zutiefst traurig war und bin darüber, was hier passiert ist." (Marius Reichert, WDR)

Tobias Roth interpretierte Mitgefühl auch *anwaltschaftlich* und schilderte als Beispiel die Geschichte einer Person aus der Stadtverwaltung, die überlegte, Falschparker anzuzeigen.

„Wenn du mal kurz nachdenken würdest, dann wüsstest du, dass die Menschen gerade völlig andere Probleme haben, als zu gucken, wo sie parken. Und ich würde mal behaupten, dass das keinem Menschen passieren würde, der Empathie, Mitgefühl und Liebe zum Mitmenschen gelernt hat." Tobias Roth (Freier Reporter)

Medien hätte auch die Aufgabe, auf solche Missstände aufmerksam zu machen, in dem Sinne „der Stadt mal auf gut Deutsch zu sagen, sag mal, habt ihr sie noch alle?"

Die Öffentlichkeitsakteur*innen mussten zudem die *existenziellen* Verluste und Ängste, die die Betroffenen ihnen schilderten, auch selbst verarbeiten.

„[I]ch habe die ersten Bilder gesehen im Fernsehen [...]. Aber wenn man dann da geht, [...] im Pressepulk [...] an den Häusern vorbei, [...] man kommt an einem See vorbei, der glitzert, weil da ganz viele Plastikflaschen drin liegen [...]. Da sind aber auch ein paar Autos drin und es plätschert noch über die Straße, die halb weggerissen ist, in diesen See rein. Das war so ein Moment. [...], wo mein Unterbewusstsein [...] realisiert hat, was denn [...] hier passiert ist so im Ansatz [...]. In dem Moment hatte ich echt Atemnot [...] und brauchte 'ne Weile, um wieder zu mir zu finden, um meinen Job zu machen." (Michael Lang, SWR)

An die psychische Entlastung für die Berichtenden denken

Die Leiter*innen in den Redaktionen versuchten, die psychischen Belastungen ihrer Reporter*innen durch interne und externe Hilfen und Gespräche aufzufangen, beispielsweise,

„[...] indem wir vor allen Dingen versucht haben, in der Nachbereitung mit Sorgfalt heranzugehen und denjenigen, die davon besonders betroffen waren, auch etwas anzubieten. Das heißt im ersten Schritt Gespräche, Gespräche mit direkten Vorgesetzten, Gespräche mit mir, auch Runden, um sich auszutauschen über das, was da erlebt wurde. Und dann im nächsten Schritt aber natürlich auch das Angebot, professionelle Hilfe und Unterstützung in Anspruch zu nehmen, bis hin zu einer psychologischen Beratung und Betreuung für Menschen, die ganz bestimmte Erfahrungen gemacht haben." (Stefan Brandenburg, WDR)

Die langen Arbeitstage erschwerten es, die emotionale Belastung zu bewältigen.

Johannes Baumert (SWR) fände daher für künftige vergleichbare Katastrophen mehr *psychische Entlastung* der Reporter*innen wichtig.

> „Wir standen ja alle schon auch irgendwie so unter Strom, dass uns vor Ort, denke ich, die Emotionalität gar nicht so bewusst war oder das, was es mit uns macht. Und dann hat man gearbeitet und gearbeitet und gearbeitet […] Irgendwann ist es, glaube ich, wichtig, dass man sagt, okay, nach einer Woche musst du […] zwei Tage Pause machen oder […] mal woanders hin."

Das solle die Redaktion festsetzen, selbst wenn ein Reporter lieber am Stück vor Ort bliebe.

Die Berichterstattenden haben ihrer eigenen Wahrnehmung nach viel *Nähe zu den Betroffenen* aufgebaut, es entstanden dabei auch *längerfristige Verbindungen*.

> „[Aus] vielen Begegnungen, die wir aus den ersten Tagen hatten, sind dauerhafte Begegnungen geworden. Man sucht sie immer wieder auf, um zu gucken, wie weit sie sind und sie zu begleiten durch ihr Flutkatastrophen-Leben. Die Menschen sind [einem] natürlich auch besonders nahe […], weil man über ihr Schicksal ganz viel weiß." (Angela Ebhardt, ZDF)

Tobias Roth drehte für das Privatfernsehen eine Reportage über ein junges Paar, das in der Flut das Brautkleid für die geplante Hochzeit verloren hatte. Die Besitzerin eines Brautmodengeschäfts stiftete dem Paar ein neues Kleid und einen Anzug. Das Paar lud daraufhin die Geschäftsinhaberin und Tobias Roth zur Hochzeit ein. In Roth erzeugte das gemischte Gefühle zwischen Freude und dem Gefühl, sich eigentlich nicht freuen zu dürfen.

> „Es waren, muss ich ganz ehrlich sagen, auch wenn es ein bisschen perfide klingt, […] schöne Erlebnisse für mich persönlich, weil man gesehen hat, dass eben solche Katastrophen dann auch letztlich verbinden können und irgendwie ein Miteinander generieren, sei es zwischen Kamerateams und eben Protagonisten oder eben auch zwischen natürlich den einzelnen Helfern und Leuten dort."

Klaus Angel berührten insbesondere die von auswärts kommenden, vielen jüngeren Helfenden.

> „Ich glaube an das Gute im Menschen. Wirklich. […] Da hast du Menschen erlebt, die fahren hier hin, kommen aus einer sauberen Gegend […] in den größten Dreck, arbeiten hier für Gotteslohn, für ein Dankeschön. Das hat für mich echt die Sicht auf […] die jungen Leute komplett verändert." (Klaus Angel, *Linus Wittich* & *Ahrtalradio*)

5.2.2 Die Wahrnehmung von Sachgerechtigkeit in der Arbeit der Berichtenden

Zu einer sachgerechten Berichterstattung zählten die Öffentlichkeitsakteur*innen die wahrhaftige Darstellung von Ereignissen, ihren Inhalten

sowie die Darstellung von Emotionen, so wie sie von den Menschen im Ahrtal erlebt wurden. Sie sprachen auch den *Unterschied zwischen lokalen und überregionalen Medien* an.

Medien aus der Region nehmen anderes wahr als überregionale

Lokal vertretene Medieneinrichtungen wie SWR, WDR, *Ahrtalradio* und *Blick aktuell* hatten weit mehr nützliche Informationen für die betroffenen Menschen vor Ort bereitzustellen als überregionale; diesen fehlte oft der Vergleich zur Zeit vor der Flut oder zu den Tagen unmittelbar nach der Flutnacht vom 14. auf 15. Juli. Daniel Robbel (*Blick aktuell*) schilderte:

> „Also ich hatte […] ein Team vom NDR mal im September nach der Flut da. Wir sind durch Bad Neuenahr gegangen und ich habe halt den Prozess, der in den zwei Monaten nach der Flut stattgefunden hat, gesehen und die Kollegen waren […] noch total entsetzt, wie es aussah." Er empfand es jedoch „als wunderbar, da ist alles aufgeräumt, alles gekehrt, der Müll ist weg, da wird gebaut, ist doch toll."

Johannes Baumert beschrieb:

> „Sender, die weiter weg waren, die haben sehr schnell versucht, so einen Twist zu drehen und haben Fragen gestellt, die wir uns noch überhaupt nicht gestellt haben, weil wir mit anderen Dingen beschäftigt waren. […] Ich stand drei, vier Tage wirklich im Matsch […], es gab kein Wasser für die Leute und dann fragte mich irgendein Moderator in so einer Liveschalte, wie sieht denn das aus, können die Weinfeste in diesem Jahr wieder stattfinden? An der Ahr? Und das ist das, was ich meine, […] hast du mal geguckt, wie es hier aussieht?" (Johannes Baumert, SWR)

Baumert empfand es als eine große Herausforderung, bei überregionalen Live-Schaltungen Menschen mit einem anderen Vorwissen, „die vielleicht gar nicht wissen, wie es da überhaupt aussieht, was das überhaupt für ein Fluss ist" die Lage so zu schildern, dass sie diese begriffen.

Medien als wichtige Informationsdrehscheibe

Insbesondere in den ersten Tagen nach der Katastrophennacht, als es noch keinen Strom gab, spielten batteriebetriebene Radios, die Nachrichten empfangen konnten, sowie die Kommunikationsmöglichkeiten der Öffentlichkeitsakteur*innen vor Ort sowie der Hochwasser-Blog des SWR eine große Rolle bezogen auf *Informationen für Betroffene*. Auch Kommunalvertreter*innen nutzten dafür die Sendemöglichkeiten der lokalen Berichtenden.

> „Für die Einsatzkräfte und Behörden war es immens wichtig, über Personen wie mich auch Informationen streuen zu können. Ich erinnere mich an einen Landrat, der bei jeder

> Liveschalte an einem Tag der Flutkatastrophe bei mir am Platz war und live Fragen beantwortet hat.“ (Marius Reichert, WDR)

Als die Server wieder funktionierten, habe man

> „vor allen Dingen Nachrichten ausgewählt […], die uns von Kommunen erreicht haben, vom Kreis, von Städten, von Hilfsorganisationen, von der Bundeswehr, von der Polizei, von der Feuerwehr, [und] diese Nachrichten […] gestreut […]. Also es ging uns ganz konkret um nützliche Informationen für die Bürger: […] Wann kommt Strom wieder? Wo kommt Strom wieder? Wann haben wir Frischwasser? Fernwärme-Versorgung war wichtig, gesperrte Straßen waren extrem wichtig und […] Ausgabestellen […] von warmem Essen […] oder von Benzin, […] von Taschenlampen, von Windeln, Bettwäsche, alles Mögliche.“ (Daniel Robbel, *Blick aktuell*)

Etliche waren ständig erreichbar. „Das Handy war immer an, ich war Tag und Nacht erreichbar und egal wer anrief, […] bekam […] direkt Hilfe […].“ (Michael Lang, SWR)

Ständig erreichbare Medienleute

Insgesamt sprachen die Öffentlichkeitsakteur*innen *verschiedene Aspekte von Sachgerechtigkeit* an, die sie wahrgenommen hatten: Wurden die Ereignisse im Ahrtal verständlich dargestellt? Belegt? Aus verschiedenen Perspektiven? Wurden Hintergründe beschrieben? Weitere Kontexte dargelegt wie der Zusammenhang der Flut mit dem Klimawandel? Erfolgte die Darstellung kontinuierlich? War sie kritisch? Die Einschätzungen der Befragten zu diesen Aspekten werden nun genauer dargestellt.

Zunächst ging es um die aktuelle Berichterstattung über das, *was im Ahrtal passiert war*.

> „[I]ch bin es als aktuell arbeitender Journalist gewohnt, Informationen zu sammeln, sie zu transportieren. Das heißt, ich bin am Anfang […] einfach im klassischen Wiedergeben der W-Fragen unterwegs gewesen. Wenn man es mal so einfach formulieren will: Also was ist wo, wie, wann, warum passiert?“ (Marius Reichert, WDR)

Allerdings erschwerten es die in Kapitel 5.1 beschriebenen Umstände, sich einen *Überblick über die Lage vor Ort* zu verschaffen und Daten zu bekommen. Beispielweise konnte zunächst niemand die genaue Zahl der Todesopfer erfassen, zumal selbst die Rettungskräfte Mühe hatten, irgendwo hinzukommen und nicht genau wussten, wo alles noch damit zu rechnen war, dass Leichen zu bergen waren. Zur sachgerechten Ereignisdarstellung gehörte zudem, greifbar und *verständlich* zu vermitteln, wie ein vermeintlich harmloser Bach so steigen konnte. „Die Zahl von bis zu zehn Metern Höhe, das musste man einfach immer wieder erklären“, schilderte Renata Sappert (SWR). Man habe sie mit der Topografie, den ausgetrockneten Hängen und den Klimaveränderungen in Zusammenhang stellen müssen.

Betont wurde auch, wie wichtig es gerade in einer unübersichtlichen Lage nicht nur angesichts kursierender Falschnachrichten war, diese zu berichtigen, Quellen einzuschätzen und Informationen zu *belegen*.

> „[D]ie Leute vor Ort, Ortsbürgermeister, die das ehrenamtlich machen, oder auch normale Bürgermeister, die es nicht ehrenamtlich machen, oder Beigeordnete oder Ortsvorsteher in Stadtteilen, das waren […] die ersten Ansprechpartner […]. Wenn […] sagen wir mal in Bad Neuenahr […] gesagt wird, die Feuerwehr zieht ab, und dann sagt der Bürgermeister: hier wird überhaupt nichts abgezogen […]: Ungefilteter kriegt man es nicht." (Daniel Robbel, *Blick aktuell*)

Recherchieren: Wer genau waren die Helfenden?

Auch im Zusammenhang mit den Helfer*innen, von denen etliche ganz unterschiedlichen politischen Orientierungen anhingen, war es wichtig, genau zu wissen, mit wem man sprach, und es war nötig, Hintergründe zu recherchieren.[9]

> „Was ist […] das für eine Person? […] Ist das jetzt eine Organisation, die sich neu gegründet hat? Ist es eine schon vielleicht etablierte Organisation? Welche Menschen sind in dieser Organisation dabei?" (Johannes Baumert, SWR)

Das Flutereignis hatte viele Menschen bewogen, als Helfende ins Ahrtal zu reisen. Sie und die *Hintergründe zur Hilfe*, also die Motive zu helfen, die Hilfsangebote und Hilfsleistungen, waren auch Thema der Berichterstattung.

> „Und zunehmend ist dann auch die große Solidaritätsleistung in den Blick genommen worden, die unser Land erlebt hat. Wir haben auf die Hilfe geguckt, aber auch darüber gesprochen, wie diese Hilfe koordiniert wird und wie die professionelle Hilfe läuft und funktioniert." (Stefan Brandenburg, WDR)

> „Ja, es war ja sehr interessant [hinzugucken] wer sind die denn, wo kommen die denn her? Warum sind die hier, warum machen die das? Und dann wirklich immer wieder ins Staunen gekommen, wer sich da alles gemeldet hat […]." (Angela Ebhardt, ZDF)

Auch die *Kontinuität*, dass weiterhin über das Ahrtal berichtet wird, weil die Bewältigung der Flutfolgen und der Wiederaufbau andauerten, war ein Aspekt einer sachgerechten Darstellung. Die Öffentlichkeitsakteur*innen wollten mit Berichterstattung der „Angst der Menschen, vergessen zu werden" begegnen. *Focus online*

9 Beispiel ist etwa ein pensionierter Bundeswehroberst, der in Uniform auftrat, eine Helfergruppe führte und ohne Absprache mit den Behörden in einer Schule ein „Familienzentrum" einrichtete, das dann Ende Juli 2021 vom rheinland-pfälzischen Landesjugendamt und der Polizei geschlossen wurde (SWR Aktuell 2022).

Earth etablierte in Bad Neuenahr-Ahrweiler ein ständiges Klimabüro (Gerstenberg 2022).

> „In den […] zurückliegenden Jahren […] habe ich immer an verschiedenen Dingen gearbeitet […]. Hier an der Ahr […] hatte ich schnell das Gefühl, dass hier eine gesellschaftliche, ja, […] eine Jahrhundertaufgabe auf die Leute wartet, weil […] eine komplette Gegend sich im Prinzip neu erfinden muss […].“ (Frank Gerstenberg, *Focus online* & *Stern*)

Nach Wochen wurde begonnen, die Flut auch in den Kontext „Klimawandel“ zu stellen

In der Wahrnehmung der Öffentlichkeitsakteur*innen war hinsichtlich einer sachgerechten Berichterstattung die Kontextualisierung der Flut durch den *Klimawandel* wichtig, entweder um die Ursache der Flut oder den künftigen Hochwasserschutz zu thematisieren. Solche Bezüge auf den Klimawandel spielten in den ersten vier Wochen noch keine große Rolle, dann aber eine immer größere:

> „Dann ging es […] irgendwann [um] dieses etwas hintergründige ‚Wie ist denn das eigentlich dazu gekommen?‘ Und da war Klima auf jeden Fall ein Thema, um das wir nicht drum herumkamen, was einfach wahnsinnig wichtig ist […]. Statistisch trägt der Klimawandel einfach dazu bei, dass es zu so was stärker oder häufiger kommen wird.“ (Johannes Baumert, SWR)

Den Berichterstattenden ist ihrer Wahrnehmung nach aber bewusst, dass für die Menschen vor Ort Klimaschutz auch etliche Monate nach dem Akutereignis eine geringere Relevanz hat.

> „Also das jetzt der Klimaschutz jetzt hier akut so eine massive Bedeutung hat, ist vielleicht noch für manchen zu früh, weil der Wiederaufbau einfach noch im Gange ist und das aber auch noch drei bis acht Jahre dauert, je nachdem, wo man ist.“ (Daniel Robbel, *Blick aktuell*)

Ein wesentlicher und häufig angesprochener Aspekt einer sachgerechten Berichterstattung ist jener der *kritischen Haltung* und der Darstellung von Problemen. Themen sind hier der Wiederaufbau – „wo geht es voran, wo geht es noch gar nicht voran?“ (Michael Lang, SWR), Schwierigkeiten mit den Behörden, Spendenverteilung – „Was ist mit den Spenden? Wo gehen die eigentlich überall hin? […] Warum werden die nicht ausgezahlt?“ (Frank Gerstenberg, *Focus online* & *Stern*). Weitere Themen sind der Katastrophenschutz und die Verantwortung für die Folgen der Flut. Die Darstellung von Kritik wird auch eingeschränkt, zum Beispiel wenn sie mit eher skandalisierender Intention vorgebracht wurde.

> „Ja, also es gibt schon so Sachen, gerade von so großen Boulevardblättern, die sich hier auch im Ahrtal einquartiert haben und dann

> Leute gezielt […] in die Kamera schimpfen lassen. […], da muss man das Mikrofon einfach mal ausmachen." (Daniel Robbel, *Blick aktuell*)

> „Das ist nämlich der Sensationsjournalismus in Anführungszeichen, den es im 19. Jahrhundert schon gab […], die eben gesinnungslos sind und meinen für eine Handvoll Klicks, was heute eine Handvoll Dollar ist, da die Leute teilweise in die Pfanne hauen zu können oder einseitige Berichterstattung vornehmen zu dürfen […]. Und das ist eben nichts, was mit Verantwortung zu tun hat. Auch unsauber recherchierte Berichte sind nichts, was mit Verantwortung und […] mit Lösungen zu tun hat." (Frank Gerstenberg, *Focus online* & *Stern*)

Das Stichwort „Lösungen" leitet über zum Aspekt des Empowerments im folgenden Kapitel.

5.2.3 Die Wahrnehmung von Empowerment in der Arbeit der Berichtenden

Menschen dazu befähigen zu handeln, Lösungen zu entwickeln und damit die Welt als gestaltbar zu verstehen, gehört unter anderem zu den Charakteristika des Berichterstattungskonzepts „Konstruktiver Journalismus". Dies korrespondiert mit der Empowermentfunktion, die Journalismus übernehmen kann. Sie muss nicht zu Lasten der kritischen Distanz oder berufsethischer Werte und Verfahren gehen. Solche empowernden Herangehensweisen beschreiben die Öffentlichkeitsakteur*innen in vielerlei Hinsicht.

Wichtig waren Geschichten über das, was wieder lief

Aufbruchstimmung und Anpacken sind wichtige Aspekte der journalistischen Arbeit. Sie entstammen der Stimmung der *Betroffenen* selbst. Sie wollen weniger ihr eigenes Leid in den medialen Darstellungen sehen. Daniel Robbel als Ahrtaler und lokaler Berichterstatter sah dies als für *Blick aktuell* handlungsleitend: „Also diese Leid-Darstellung, das haben wir im Vergleich zu den überregionalen Medien überhaupt nicht so gemacht." Für ihn waren – auch privat – die wichtigen Geschichten, wenn eine Bäckerei, die überflutet war, beziehungsweise das einzige Restaurant im Dorf wieder öffnete oder wenn ein Kinderspielplatz beziehungsweise ein Fußballfeld wieder nutzbar waren. Robbel: „Ich denke, unsere Berichterstattung in Bezug auf Optimismus zu kreieren, hat vielen geholfen, auch mir persönlich."

Klaus Angel, ebenfalls Ahrtaler, teilte diese Auffassung, wenn er für den *Linus Wittich Verlag* und das *Ahrtalradio* berichtete:

> „[A]uf der einen Seite kriegst du wirklich schlimme Sachen zu hören und auf der anderen Seite bewunderst du den Mut dieser Menschen zu sagen, ‚es geht trotzdem weiter, wir packen das wieder an' und das wundert mich wirklich. […] Das ist für mich auch selber […] total ermutigend, […] Menschen zu sehen, die sagen ‚Nö, wir verzweifeln jetzt nicht, da haben wir keine Zeit dazu, wir bauen wieder auf.'"

Zu den positiven Geschichten gehörten der Wahrnehmung der Öffentlichkeitsakteur*innen zufolge auch jene des *Zusammenhalts* unter den Betroffenen.

> „[In] einzelnen Dörfern haben sie dann angefangen, wieder Musik-Veranstaltungen zu machen, […] auf Dorf-Plätzen, provisorisch, um […] Gemeinschaften zu bilden und die verzweifelten Leute aus ihren Häusern rauszuholen, den alten Leuten zu helfen. […] Irgendwie sind [das] die kleinen Lichtblicke gewesen für die Menschen.“ (Angela Ebhardt, ZDF)

Wichtig war ferner die Aufbruchstimmung vieler *Helfenden*, die ins Ahrtal reisten, um die Aufräum- und Wiederaufräumarbeiten zu unterstützen.

> „Ich kann mich erinnern, dass wir berichtet haben über einen Betrieb im Münsterland. Die haben für mehrere Tage ihre Arbeit ruhen lassen im Handwerksbetrieb und sind ins Ahrtal gefahren und haben dort mit angepackt. Wir haben […] damit hoffentlich […] für Nachahmungseffekte gesorgt.“ (Stefan Brandenburg, WDR)

Eine Idee, die sich nachahmen lässt, kann Rezipient*innen einer solchen Berichterstattung aktivieren, Ähnliches zu machen. Das gilt auch für das *Aufzeigen von Lösungen*, die zudem Regelcharakter hatten, beispielsweise beim Koordinieren der vielen angereisten freiwillig Helfenden, die Zufahrtswege teilweise blockierten.

> „[E]s kamen ganz viele Helfer ins Tal, private Helfer, und die verstopften aber alle Straßen. Die Bürgermeister waren richtig verzweifelt, weil die großen Hilfsfahrzeuge nicht mehr durchkamen. […] Da waren ja ganz viele liebe Menschen, die sofort kamen mit ihrer Schaufel und sofort geholfen haben und so weiter. Und das war auch gut. […]. Aber wir hatten eben auch ein riesiges organisatorisches Problem, das wir erst mal verstehen mussten […].“ (Michael Lang, SWR)

Es sei wichtig gewesen, beschrieb Lang, das Gleichgewicht zu finden zwischen dieser großen Hilfswelle und bestimmten Regeln, an die sich Helfende halten sollten und die auch in journalistischen Beiträgen vermittelt wurden.

Auch nachrichtlicher Journalismus, so die Wahrnehmung, könne zum Nachdenken anregen, es müsse nicht immer zwingend eine Lösung bereitgehalten werden.

Auch Nachrichten regen zum Nachdenken an und müssen nicht eine Lösung beinhalten

> „Allein nur der Bericht, in dem man sieht, ‚Hui, was passiert denn jetzt hier gerade? Da müssen wir etwas tun. Also, was ist mit dem Hochwasserschutz-Konzept? Das fehlt. Okay. Das ist ja eine interessante Information, also müssen wir nachfragen, warum das fehlt‘“, schilderte Frank Gerstenberg (*Focus online*

& *Stern*). Eine Information könne ein Impuls sein, aus dem sich eine Lösung entwickelt.

Differenzierte Kritik kann auch empowernd wirken

Ein besonderer Aspekt ist jener der *positiven Bewertung der Verwaltung und Verantwortlichen*, die sich auch bei freiwillig Helfenden teilweise wiederfindet, und einen Gegenpunkt setzt zur massiven Kritik an vielen Funktionsträgern im Ahrtal. Daniel Robbel (*Blick aktuell*) wies beispielsweise darauf hin, „dass vielleicht der ehrenamtliche Bürgermeister hier trotzdem einen verdammt guten Job gemacht hat". Er kenne auch viele Menschen aus der kommunalen Verwaltung, die haben „tagelang ohne Unterbrechung gearbeitet", das sei „definitiv sehr hoch anzurechnen". Das Beispiel der Negativwahrnehmung aller Funktionsträger*innen kann sich – durch journalistische Recherche überprüft – somit als so pauschal gar nicht zutreffend erweisen; auch dies ist eine Variante der journalistischen Kritikfunktion. Solche Differenzierungen können zudem den Eindruck bestärken, dass eben nicht alles schiefläuft, und dadurch Mut machen, nach vorne zu schauen.

Empowerment des Publikums erwächst aber auch aus konstruktiver Kritik an etwas, das besser funktionieren könnte. Ein Beispiel ist der oft als schleppend empfundene Wiederaufbau. Marius Reichert (WDR) beschrieb, dass es ihm zunehmend schwerfalle, darin noch Positives zu sehen, ähnlich beurteilte es Angela Ebhardt (ZDF).

Renata Sappert (SWR) fand grundsätzlich eine *kritische Haltung* nützlich. Zu berichten, wo es nicht gut läuft, und zu berichten, wo es vorangeht, sei „enorm wichtig […], um das Gesamtbild zu zeigen".

Auch der Zeitpunkt spielt eine Rolle. Johannes Baumert erzählte, er habe aus der Mainzer Redaktion eine Anfrage für einen Beitrag über die Chancen, die sich aus dieser Katastrophe entwickeln lassen, bekommen.

> „Da hab ich dann […] ein bisschen abgeblockt […], das war so […] zwei Monate danach und da sieht […] noch niemand irgendeine Chance. Das […] kann man […] den Betroffenen nicht vermitteln." (Johannes Baumert, SWR)

Das *Schaffen von Öffentlichkeit* für die Sorgen und Nöte der Menschen war in der Wahrnehmung der Öffentlichkeitsakteur*innen bedeutsam, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, damit die Politik sich bewegt.

Rollenkonflikte waren immer wieder ein Thema

Sie schilderten aber auch *Rollenkonflikte*. Diese entstanden durch die besonderen Anforderungen der Berichterstattung in einem Gebiet, das stark zerstört war und Menschen das Leben ge-

kostet hatte. Ein wesentlicher Aspekt war das Gefühl des *„Draufhaltens“* und damit der Angst, eine Katastrophe als spektakuläres Ereignis zu beobachten und das Leid von Menschen zu zeigen, welches nicht für Zuschauende gedacht ist. Fragen wie: War das gerechtfertigt? Notwendig? War man zum Schaulustigen geworden, ohne dies zu wollen? trieben die Öffentlichkeitsakteur*innen um. Mit der Sorge, ob sie über Betroffene angemessen berichteten, war die Sorge vor deren Abwehrreaktionen verknüpft, aber auch die Sorge, ob sie selber ihren Job noch machen konnten. Denn Interviews auch mal abzubrechen oder gar nicht zu publizieren, wenn Betroffene dies nicht mehr wollten, erzeugte Gewissensbisse, brachte sie in Konflikt mit der *Sorge vor Zensur* und dem Gefühl, sich kontrollieren zu lassen.

Einen anderen Rollenkonflikt, jenen des *Helfens oder selbst tätig werden*, haben die interviewten Öffentlichkeitsakteur*innen unterschiedlich verhandelt. Johannes Baumert fühlte sich

> „ganz häufig so ein bisschen schlecht […], weil man denkt, man läuft da durch, hat ein Mikro in der Hand und eine Kamera, man filmt das Leid und nebendran sind Leute mit Schaufeln und bauen neue Brücken, damit sie den Ort erreichen können, suchen unter Trümmern nach Verletzten, Vermissten. [Die] haben eine Schaufel in der Hand und du nur ein Mikro. […] Manchmal stand man dann da und hat sich gefragt, was soll ich eigentlich da?“ (Johannes Baumert, SWR)

„Was soll ich eigentlich da?“

Johannes Baumert (SWR) schilderte, dass sich durch einen Perspektivenwechsel seine Bedenken aus den ersten Tagen seiner Berichterstattung auflösten, und thematisierte dies öffentlich. Es gehe auch darum,

> „anderen Menschen in ganz Deutschland zu zeigen, was eigentlich da im Ahrtal passiert ist und wie es da konkret noch aussieht, wie es da zugeht, welche Art der Hilfe gebraucht wird und das natürlich auch so ein bisschen festzuhalten für zukünftige Ereignisse […], so dass ich im Moment […] diese Gewissensbisse […] nicht mehr habe […]. Die Aufgabe von uns ist es eben, […] auch als Chronisten zu agieren.“

Zudem bewirkte ein anderes Ereignis, seine Arbeit als ebenfalls wirkmächtig wahrzunehmen. Er beschrieb es so:

> „Wir waren bei einem Mann, dessen Haus ziemlich zerstört war. [Er] hat […] mit uns geredet, hat uns […] in seinem Haus umhergeführt. […] Die Bilder, die da entstanden, sind am Abend in der *Tagesschau* gelaufen. […] Das hat wiederum die Tochter dieses Mannes gesehen, die in Schottland lebte […]. Und erst dadurch wusste die Tochter, dass ihr Vater lebt. […] Ich habe die Geschichte erst ein Jahr später erfahren, als wir diesen Mann noch-

> mals besucht haben, und da ist mir erst so richtig klar geworden, dass wir, glaube ich, schon viel leisten können."

Frank Gerstenberg (*Focus online* & *Stern*) war mit Helfer*innen unterwegs und gehörte zu jenen, die zwischendurch auch mal anpackten. Das machte auch Michael Lang (SWR) und begründete seine Entscheidung so: „In so einer Situation ist man aber erst mal Mensch. […] Dann kannst du nicht sagen, ‚Ich bin aber hier Journalist', dann packst du mit an. Und dann ist [dies] ja aber auch eine Gelegenheit, ins Gespräch zu kommen."

Genügend *Distanz* zu wahren, konnte auch wegen der Emotionalität zu einem Rollenkonflikt führen. Marius Reichert beschrieb folgende Situation:

> „Das war einer dieser Momente, weil es so erschütternd war, ohne jetzt ins Detail gehen zu wollen, [in denen ich] nicht mehr den Abstand hatte und diese Frau umarmt habe. Und das ist etwas, was ich bis dato nie gemacht habe […]. Man macht sich dadurch nicht nur gemein mit der Situation oder mit der Person, sondern man sorgt in der Theorie eben auch dafür, dass man die Distanz verliert und dann kann man auch kippen. Dann […] kann man [so] sehr involviert werden, dass einem das selber Probleme bereitet. In dem Moment ging es nicht anders, ich habe die Frau umarmt, sie hat geweint, wir haben das durchgestanden und dann war es gut." (Marius Reichert, WDR)

Michael Lang (SWR) hat sich für das „Sowohl als Auch" entschieden. Empathie sei ein journalistischer Sensor, um wichtige Themen aufzuspüren und sich in Menschen und ihr Leid hineinzuversetzen. Aber er habe sich „professionelle Grenzen […] gesetzt. Ich kann nicht den ganzen Tag empathisch sein. Ich muss am Ende den Beitrag machen."

Die Aspekte des Mitfühlens und Abgrenzens leiten zum nächsten Kapitel über, das die Wahrnehmung der Berichterstattung sowie Berichterstatter*innen aus der Perspektive der Betroffenen und Helfenden darlegt. In dem daran anschließenden Kapitel werden diese zwei Perspektiven – jener, die berichten, und jener, über die berichtet wird – verglichen und hinsichtlich ihrer Gemeinsamkeiten und Unterschiede ausgewertet (Kapitel 7).

6 Wahrnehmungen, Erwartungen und Ansprüche der Betroffenen und Helfenden: Befunde aus den Leitfadeninterviews

6.1 Das Lebensumfeld vor Ort als Herausforderung für Betroffene und Helfende

Um die Interviews mit den Betroffenen und Helfenden einordnen zu können, werden im Folgenden die darin angesprochenen Bedingungen wiedergegeben, mit denen die Menschen konfrontiert waren. Teilweise zeigen sie Gemeinsamkeiten mit jenen, über die die vor Ort Berichterstattenden berichteten (Kapitel 5.1). Zudem sei darauf hingewiesen, dass die Antworten insbesondere von Daniel Robbel und Klaus Angel in Kapitel 5 bezogen auf ihre Tätigkeit als Öffentlichkeitsakteure ausgewertet wurden und nun bezogen auf ihre Wahrnehmungen aus Betroffenensicht beschrieben werden; um dies zuordnen zu können, wird dennoch jeweils das Medium als Verortung angegeben.

Strom, Internet, sowie das Telefon- und Mobilfunknetz fielen für mehrere Tage aus.

> „Wir waren wirklich voll auf uns allein gestellt in den ersten Tagen. Und das war wirklich eine Katastrophe, weil man auch keine Information erhalten hatte. […] Ich konnte meine Kinder nicht erreichen, die mich natürlich auch nicht." (Günther Uhl, Ahrweiler)

Wasser musste abgekocht werden, es gab Warnungen, Gegenstände nicht im Ahrwasser zu waschen. Dass im Sommer 2021 noch Corona-*Hygienevorschriften* galten, spielte nach der Flut keine Rolle: „Wir haben alle aus einer Flasche getrunken und so, das war ja am Anfang auch gar nicht anders machbar. Es gab […] keine Sanitäranlagen." (Klaudia Skodnik, Helferin *Fortuna hilft e. V.*) Aber den Gestank nach Fäkalien und Chemie vergesse sie nie.

Psychische Belastungen

Das durch die Flut erfahrene Leid, Todesangst in der Flutnacht, Verlust von nahestehenden Menschen und von Habseligkeiten und daraus resultierende *psychische Langzeitfolgen* trieben viele um. Helfende sowie der Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler sprachen Herausforderungen durch Suizid und Traumatisierung an. Kinder wollten sich ihren Eltern nicht anvertrauen, sie nicht noch zusätzlich belasten, wenn sie zum Beispiel ihre Mutter oft weinen sehen, schilderte Klaudia Skodnik (*Fortuna hilft e. V.*):

> „Da sprechen wir ja wirklich von posttraumatischen Störungen wie einnässen, Panikattacken, Kinder, die sich bei Regen schreiend unter dem Tisch verstecken, kognitive Störungen vorweisen, die keine Konzentrationsfähigkeiten mehr haben."

Auch die Helfenden selbst seien mit psychischen Langzeitfolgen konfrontiert gewesen, einzelne fühlten sich so überfordert, dass sie Suizid begingen. Betroffene und Helfende beschrieben es als große Belastung, Tote zu sehen und zu bergen. Die dauernde Begegnung mit Menschen, die sehr gelitten haben, und das massiv Zerstörte habe sie emotional sehr herausgefordert. „Zu sehen, wie Nachbarn einfach so viel verloren haben“, sei schlimm (Samantha Muhring-Salamone, Hagen); Giuliano Salamone ergänzte: „Also diese Augen […], das wirst du nicht vergessen. […] diese Hilflosigkeit.“

Zudem fehlten insbesondere für freiwillig Helfende Strukturen für eine Supervision oder psychologische Begleitung.

> „Jedes Mal, wenn du die Schaufel oder den Sortiergreifer irgendwo reingepackt hast, hast du immer gehofft, hoffentlich kommt da nicht jetzt noch mal einer raus. Und darauf hat uns auch keiner vorbereitet. Da war keiner da, der gesagt hat, ihr müsst das und das machen, wenn ihr jetzt eine Leiche findet.“ (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*)

Günther Uhl schilderte, dass manche noch später Therapien begannen, „weil die mit dieser Gesamtsituation einfach nicht klarkommen“. Ein Kollege habe ihm erzählt, „er [hatte] jemanden an einem Schlauch gehabt, weil Seil oder so hatten sie nicht. [D]er hat […] zwei Stunden lang versucht, den Mann da am Leben zu erhalten. Und dann ist er auf einmal weg, gestorben, von der Flut mitgerissen worden. Das sind Erlebnisse, die sind wirklich schwer.“

Ein Jahr in einem kleinen Räumchen

Weitere Aspekte von Langzeitherausforderungen, die die Interviewpartner*innen angesprochen haben, sind jene des *Wiederaufbaus*, der dazu notwendigen Anträge für finanzielle Unterstützung und die lange Bearbeitungsdauer.

> „Also das ist wirklich so eine Mammutaufgabe, gerade bei Personen, die halt nicht so fit in so was alles sind. Ich musste meinen Vater zum Beispiel ganz stark unterstützen, weil der das gar nicht alles auf die Reihe gekriegt hat alleine. Das ist, finde ich, ein Riesen-, Riesenproblem, das zu knapp […] beleuchtet wird.“ (Anne Schneider, Bad Neuenahr-Ahrweiler)

> „Handwerker, Architekten, Gutachter, Baugenehmigung, Brandschutz, Geld, Versicherungen. [Es] ist ja nicht nur so, dass Sie da jetzt einen Fliesenleger brauchen, [es] ist ja das ganze Drumherum, was das Ganze […] kompliziert macht. Dann kommt der eine nicht, kommt der andere nicht, hat die Behörde wieder irgendwas, was ihr nicht passt und sie nachfordert. […] das ist jeden Tag eine massive Beanspruchung gewesen […]. Da kommt man wirklich an seine Grenzen.“ (Günther Uhl, Ahrweiler)

Zum Zeitpunkt der Interviews im Mai und Juni 2023 lebten einige Betroffene in *immer noch zerstörten Häusern*, ihnen fehlten Mittel zur Grundversorgung. Klaudia Skodnik (*Fortuna hilft e. V.*) erzählte von einer 95-jährigen gehbehinderten Frau und ihrer Tochter, die sie auf einem Hof an-

getroffen habe: „Die haben ein Jahr lang in einem kleinen Räumchen gelebt, mit einem Eimer als Toilette und dem Wasser aus dem Kanister. […] Ist keinem aufgefallen."

Schaulust, Geschäftemacherei, Draufgängertum, Scharlatanerie

Die Interviewten beschrieben zudem Probleme, die von außerhalb hereingetragen wurden. Giuliano Salamone schilderte die Lage in seiner ebenfalls durch das Hochwasser betroffenen Heimatstadt Hagen, wohin von außerhalb nicht wie im Ahrtal vor allem Helfende kamen, sondern *Schaulustige*: „Sie sind echt mit der Familie hier hingekommen, nur um zu gucken." Ein anderer Aspekt des Ausnutzens war die *Fremdbereicherung*, die in allen Akteursgruppen, von Betroffenen, Helfenden und Berichterstattenden, angesprochen wurde. Sie beschrieben zum Beispiel, dass Personen, die nicht betroffen waren, gespendetes Baumaterial oder Lebensmittel abholten. Daniel Robbel (*Blick aktuell*) schilderte: „In der Stadt Sinzig […] haben Leute aus Sindelfingen Gelder beantragt, in der Hoffnung, dass einer beim Amt nur auf das SIN guckt und dann überweist." Manches, was von außen kam, wurde als Geschäftemacherei wahrgenommen: Autohändler, die Visitenkärtchen an die Windschutzscheiben steckten und die Fahrzeuge zu Niedrigpreisen kaufen wollten. Oder Schrotthändler, die anrückten, kaum dass das Wasser weg war. „Sie haben sich teilweise geprügelt auf der Straße, wem der Schrott gehört", berichteten Samantha Muhring-Salamone und Giuliano Salamone (Hagen).

Manche Unterstützung wurde als unbrauchbar wahrgenommen. Einige Interviewte beschrieben, dass *unnötige Spenden* gebracht wurden. Heiko Marquardsen (Seelsorger & Kooperator katholische Pfarreiengemeinschaft Bad Neuenahr-Ahrweiler) schilderte als Musterbeispiel eine Weihnachtsbaumaktion, die vor Ort eher irritiert habe, da man fand,

> „wir haben hier vor Ort doch Leute, wie Wershofens, die Gärtnerei, die leben vom Weihnachtsbaumverkauf. Und jetzt kommen die und bringen uns umsonst Weihnachtsbäume."

Als problematisch empfanden Betroffene auch Auswärtige, die Dienste anboten, für die sie nicht fachkundig waren und etwa ohne entsprechende Ausbildung *Seelsorge* und psychologische Hilfe leisten wollten. „Ich habe immer gedacht, Seelsorger ist ein geschützter Begriff", schilderte Michaela Wolff (*Fluthilfe Ahr e. V.*). Sie erzählte, dass sie einen Flyer bekam „von Leuten, die hier Katastrophenhilfe im Traumabereich leisten wollten". Im Flyer waren Fotos, unter die diese ihre eigentlichen Berufe geschrieben hatten:

> „Da war ich völlig konsterniert. Der eine war nämlich irgendwie IT-Systembetreuer und der

andere […] aus der Versicherungsbranche. Also die hatten überhaupt nichts Therapeutisches, nicht ansatzweise."

Bei *Ausräumarbeiten* in beschädigten Häusern wurden teilweise weitere Schäden angerichtet, die im Nachhinein korrigiert werden mussten, also eine *„zweite Sanierung"* erforderten, wie Daniel Robbel (*Blick aktuell*) beschrieb,

„weil nämlich am Anfang zu viel Mist gebaut wurde, also Wände rausgestemmt und dergleichen, die man noch brauchte. Da war teilweise […] blinder Aktionismus am Werk, möglicherweise gut gemeint, aber der Schaden ist da."

Falschnachrichten: Panik wegen eines Damms, den es gar nicht gibt

Hinzu kamen *Falschnachrichten*, die über soziale Medien oder persönlich verbreitet wurden und die Menschen teilweise stark verunsicherten. Robbel erinnerte sich, dass ein Gerücht kursierte,

„dass in Dernau […] ein Damm bricht, und alle Leute waren [in] heller Panik, haben ihre Häuser verlassen und sind in die Weinberge geflüchtet. Das Problem ist, es gibt aber keinen Damm […]. Aber selbst die Leute, die […] da seit Jahren leben, sind in Panik verfallen. […] Sie haben das geglaubt, weil sie in der Nacht davor das Unglaubliche mitgemacht haben." (Daniel Robbel, *Blick Aktuell*)

6.2 Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in der Wahrnehmung der Betroffenen und Helfenden sowie ihr Umgang mit Öffentlichkeitsakteur*innen

Auch in den Interviews mit den Betroffenen und Helfenden im Ahrtal wurden verschiedene persönliche Relevanzen von Empathie, Empowerment und Sachgerechtigkeit deutlich. Als Menschen, über die auch berichtet wurde, beschrieben sie einerseits, wie sie die Berichterstattung über sich selbst und/oder andere wahrgenommen haben. Andererseits sprachen sie über ihre Begegnungen mit Öffentlichkeitsakteur*innen vor Ort. In den folgenden Abschnitten werden diese einzeln vorgestellt.

Zur Einordung der Analyseergebnisse wird an dieser Stelle die *Mediennutzung* nach den Angaben der Interviewpartner*innen dargestellt. Diese war von den in Kapitel 6.1 beschriebenen Umständen der zerstörten Infrastruktur vor Ort bestimmt, richtete sich aber auch nach den individuellen Interessen.

In den ersten Tagen und Wochen war die Mediennutzung durch die ausgefallenen Strom-, Telefon- und Internetleitungen stark *eingeschränkt*. In stark betroffenen Gebieten, wie in Ahrweiler, waren die Menschen auf das Handynetz angewiesen oder auf batteriebetriebene Radios, die teilweise Helfende verteilten. Die Befragten beschrieben, dass man sich ständig informierte, an welcher Straßenecke man wieder Handyemp-

fang hatte und wo es *Versorgungspoints* gab, an denen man das Mobiltelefon laden konnte. Betroffene und Helfende waren stark in die Aufräumarbeiten eingespannt. Sie fanden neben dem Beschaffen der dringend notwendigen Informationen kaum Zeit oder waren zu erschöpft, um noch Medienbeiträge über ihre eigene Lage vor Ort zu lesen, zu hören oder anzuschauen, zumal man auch hierfür Netzempfang gebraucht hätte und es nur begrenzt Zeitungen gab. „Dieses Leben in einer Blase" war ein großes Thema, das belastete, aber auch entlastete, beschrieb Seelsorger Heiko Marquardsen: „Ich glaube, es war auch gut, dass man [so] nicht […] das ganze Ausmaß dann […] wahrgenommen hat, weil das, […] auch noch mal sehr niederdrückend gewesen ist."

Infos via Social-Media und *Flut-Wiki*

Helfende nutzten für die Organisation und Kommunikation untereinander vor allem *Social-Media*-Plattformen über den Handyempfang und hier vor allem *Facebook* sowie Nachrichtendienste wie *WhatsApp*. Aber auch auf *Youtube* und *Instagram* wurden Infos und Hilfsanfragen geteilt.

> „Über *Facebook* haben wir genetzwerkt. [D]u hast alle fünf Minuten […] reingeguckt, wo […] gerade Not am Mann ist. Dann wurden Gruppen gebildet, die Stadtteile wurden eingeteilt." (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*)

Auch Privatpersonen, die als *Öffentlichkeitsakteur*innen* auftraten, wie Markus Wipperfürth, spielten eine große Rolle in den Sozialen Medien. Er teilte über *Facebook* Live-Berichte, unter anderem Videos von vor Ort. Anne Schneider in Bad Neuenahr-Ahrweiler erhielt so direkte Informationen über den Ort Mayschoß, der einige Zeit abgeschnitten war, wo aber ihre Eltern lebten: „[T]atsächlich war das der Einzige, der so richtige Insiderinfos geliefert hat in der ersten heißen Phase."

Für Betroffene und Helfende gab es zudem *Flut-Wiki*, eine webbasierte Informationsplattform.[10] Lokale und überregionale *Fernsehsender* wie TV Mittelrhein, SWR und WDR teilten ihre Nachrichten auf *Social-Media*-Kanälen, die von den Betroffenen genutzt wurden. Als der Strom wieder da war, wurde das Fernsehen wieder als Informationsquelle genutzt, und zwar beispielsweise die *Tagesschau* oder Reportagen der ARD und des ZDF sowie aktuelle Sendungen und Liveberichte über die Mediatheken.

> „Wir konnten zu dem Zeitpunkt noch nicht nach Mayschoß, weil da noch keine Zuwege waren und da haben wir sehr viel Fernsehen geguckt. Also da haben wir hin und her geswitcht zwischen den Programmen, weil es

10 https://www.flut-wiki.de/w/Hauptseite (zuletzt abgerufen am 15. Juni 2024).

> ja überall präsent war, also hier in NTV, Die Welt, ARD, ZDF, RTL.“ (Anne Schneider, Bad Neuenahr-Ahrweiler)

Neben den Fernsehkanälen wurden, wenn auch weniger, *Printmedien* angesprochen, wie die Nachrichten der *Bild*-Zeitung oder der *Süddeutschen Zeitung* und nicht weiter definierte lokale und überregionale Tages- und Wochenzeitungen. Man habe sie irgendwie verteilt, oft nicht die aktuellen Ausgaben. „Die konnten auch ausgelesen sein, damit die [Menschen sich] überhaupt […] über irgendwas informieren konnten.“ (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Gleichzeitig war die Präsenz von Öffentlichkeitsakteur*innen im Ahrtal enorm. Von dieser *Medienpräsenz* fühlten sich auch Funktionsträger überfordert. Der Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler, Guido Orthen, schilderte im Interview: „[W]ir haben schon versucht, alles zu bedienen. Allerdings muss man auch sagen, das hat gerade in den ersten Tagen und Wochen Dimensionen gehabt, die wir gar nicht abarbeiten konnten.“

Als ein *Kontrast* zu dieser starken Präsenz steht hier die Wahrnehmung der *geringen Medienpräsenz* im ebenfalls von diesem Hochwasserereignis betroffenen Hagen in Nordrhein-Westfalen. Ganz am Anfang, so beschrieben es Giuliano Salamone und Samantha Muhring-Salamone, waren dort viele Medien präsent, dann aber plötzlich weg, „von jetzt auf gleich, [als] man gehört habe, […] dass die Ahr am Überlaufen ist und Häuser wegreißt“. Wenn sie dann erzählten, wie schlimm es bei ihnen in Hagen war, hätten manche gefragt: „‚Wie, Hagen war auch betroffen?‘“

Nun folgen die Interviewbefunde bezogen darauf, wie Betroffene und Helfende Emotionen und Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment in der Berichterstattung wahrgenommen haben. Unterschieden wird dabei die Art, wie sie die rezipierten Medienbeiträge wahrgenommen haben und wie ihre Begegnungen mit Öffentlichkeitsakteur*innen. Betroffene und Helfende sprachen auch Aspekte an, die sie ihrer Wahrnehmung nach in den Medienbeiträgen und im Umgang mit Öffentlichkeitsakteur*innen vermisst haben. Diese werden entsprechend gesondert aufgeführt.

6.2.1 Die Wahrnehmung von Empathie und Emotionen in Medienbeiträgen

Zwei Aspekte der Darstellung von Betroffenen in Medienbeiträgen waren *Verlust und Tragik*. Die Wahrnehmungen der Interviewten unterschieden sich.

Traurige Nachrichten waren der Alltag

Günther Uhl aus Ahrweiler hatte sich Monate nach der Flut in den Mediatheken verschiedene Beiträge ausgesucht und angeschaut. Sie handelten davon, wie Menschen aus der Region Familienmitglieder verloren hatten. Auf die Frage der Interviewerin, wie es ihm damit gegangen sei, antwortete er:

> „Das war einfach unser Leben zu dem Zeitpunkt. Jeden Tag machen, tun, sehen, aha, die anderen waren auch betroffen. Und dann kanntest du den einen oder anderen im Fernsehen auch […] [Da war] der Werner mit seinen Eltern. Die Eltern kannte ich auch gut, weil die bei mir im Hotel […] beide ihre Geburtstage gefeiert hatten, und die Kinder von dem Werner auch, einer hat bei mir geheiratet. Also die ganze Familie kannte ich gut."

Heiko Marquardsen, der als Seelsorger in Bad Neuenahr-Ahrweiler unterwegs war, vermittelte ebenfalls eine *personalisierte Darstellung von Leid*, indem er gegenüber verschiedenen Medien Geschichten Betroffener erzählte:

> „Dieses Berichten und Erzählen von Situationen ist halt ein wichtiger Teil, um diese Situation zu begreifen und zu erfassen." Er habe sich „ein gewisses Repertoire an Geschichten angeeignet […]. Das waren so […] Fluterlebnisgeschichten, […] die mich selbst hart getroffen haben."

Opfer-Narrative wurden unterschiedlich bewertet

Persönliche Geschichten und Emotionen werden als wichtig für die *Vermittlung von Gefühlen* und der Lage der Betroffenen wahrgenommen. Klaudia Skodnik (*Fortuna hilft e. V.*) fand: „Wenn wir etwas vom Gefühl her begreifen können, dann macht es [dies] für uns nachvollziehbar. Dann können wir das mitfühlen." Das gelte gerade auch für jene, die etwas „weit weg von der Thematik" sind.

Anne Schneider aus Bad Neuenahr hingegen nahm diese Darstellungsweisen von Betroffenen als einseitig und *negativ* wahr. Sie seien als „totale Opfer" dargestellt worden, auch über lange Zeit hinweg,

> „als wenn alles komplett verloren wäre […] und so nichts Positives mehr irgendwo ist. Und da wurde eigentlich immer nur gezeigt, wie irgendwelche Leute ganz verzweifelt sind. Ich meine, das war wahrscheinlich auch so und das hat vielleicht auch seine Berechtigung, mit Sicherheit. Aber das war immer so alles ganz negativ irgendwie, finde ich."

Ein anderer Aspekt, Emotionen zu zeigen, war jener der *Herstellung von Nähe zur betroffenen Bevölkerung*. Guido Orthen, der Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler, produzierte eigene persönliche Ansprachen per Video und teilte sie auf *Youtube*. Zunächst habe er

> „unterschätzt, wie wichtig es für die Menschen ist, dass ein Amtsträger, ein Bürgermeister, eine Bürgermeisterin durch solche mediale Nähe auch ihnen nah ist. Ich bin ein gläubiger Mensch. Ich habe jeden Tag an meine Mitbürger gedacht und war denen immer eng verbunden. Aber das spürt man nicht unmittelbar. Möglicherweise also war dieses Videodrehen sehr, sehr wichtig."

Bei der Darstellung von Todesopfern, so die Wahrnehmung der Helfenden und Betroffenen, wurden in den Medienbeträgen die nötigen *Grenzen* eingehalten: Tote und die Art, wie man sie auffand, wurden nicht gezeigt. Das sei *„zu hart für die Öffentlichkeit“*, beschrieb Steven Conzen (*Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*):

> „Ich weiß, man sollte das sagen, aber ich glaube, für die breite Masse ist das zu harter Tobak. […] Aber man kann es ja irgendwie, weiß ich nicht, umschreiben oder so was. Aber hier sind Sachen passiert […].“

Dramatisierungen wurden unterschiedlich wahrgenommen

Bezogen auf die Darstellung von Emotionen und Leid in den Medienbeiträgen wurden weitere *kritische Aspekte* angesprochen. Ein Aspekt ist hier jener des *Dramatisierens*. Stefan F. (*Verein Wiederaufbauhilfe*) nannte Beiträge auf *Wippi-TV*, in denen er Eigeninteresse der Ersteller, Markus Wipperfürth und Beate Wimmer, wahrnahm. „Pietätlos. Die waren […] nicht wirklich in der Privatsphäre drin. Aber die haben das schon genutzt. Da ist Drama und wir nutzen das Drama.“ Er empfand das andauernde Draufhalten in diesem Zusammenhang als *Eingriff in die Privatsphäre* der Betroffenen, weshalb man auf Vereinsebene entschieden habe, solchen Live-Videos nicht mehr zuzustimmen. Eine Zusicherung, Anwohner nicht zu zeigen, sie anonym zu halten, empfand er gerade im lokalen Kontext als eher nutzlos: „Ich weiß, wer das ist, ich weiß, wo das Haus ist, ich kenne die Familie. Da ist nix mehr dran anonym.“

Der Aspekt des Dramatisierens wird unterschiedlich wahrgenommen: Einer der Interviewten empfand einen *RTL Explosiv*-Beitrag als dramatisch, aber zugleich empathisch und verständnisvoll eingeordnet. Ein anderer beschrieb am Beispiel der *Bild*, dass das Dramatisieren zum *Verstärken der eigenen Angst* geführt habe; *Bild* habe kurz nach der Flutkatastrophe Regen als „Starkregen“ angekündigt. Giuliano Salamone (Hagen) nahm das als Strategie wahr, um Aufmerksamkeit zu erzielen: „Medien […] ernähren sich von deiner Angst.“ Diese Aussage schließt auch an das Thema möglicher Re-Traumatisierungen an beziehungsweise daran, durch die Flut entstandene Ängste zu triggern.

6.2.2 Empathie und Emotionen im Umgang miteinander

Im Folgenden geht es darum, wie Öffentlichkeitsakteur*innen in der Wahrnehmung von Betroffenen sowie Helfenden vor Ort auftraten und sich ihnen gegenüber bezogen auf Empathie und Emotion verhielten. Aus den Antworten wurde deutlich, dass eine *vorsichtige und transparente Anfrage* gut ankam – im Stil „Ich komme von Medium X, Sie müssen nichts sagen, aber ich würde Ihnen gerne eine Frage stellen, ist das in Ordnung?“

In den Interaktionen mit den Öffentlichkeitsakteur*innen war für die Betroffenen und Helfenden wichtig, dass diese *mitfühlend* waren und auch eigene Emotionen gezeigt haben.

> „Also ich kann mich an ein Beispiel erinnern […] mit *Bild TV*, wo der Reporter, nachdem ich emotional geworden bin auf die Frage […], wie die Situation ist und wie man sich in der Situation fühlt und auch begonnen habe zu weinen, hinter der Kamera mitgeweint hat." (Guido Orthen, Bürgermeister Bad Neuenahr-Ahrweiler)

Geteilte Emotionen konnten Nähe zu den Menschen vor Ort herstellen und das Zwischenmenschliche betonen. Dies galt gerade, wenn über Erlebnisse wie dem Bergen von Toten gesprochen wurde. Als Steven Conzen, einer der interviewten Helfenden, davon einem Reporterteam erzählt hatte, habe ein Teammitglied irgendwann eine Pause eingelegt und „gesagt, ‚ich muss jetzt mal ne Runde für mich sein'. Ja, das war gut gewesen." (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e.V.*) Dass es die Berichterstatter*innen auch generell nicht unberührt ließ, was sie vor Ort im Ahrtal antrafen, wurde als positiv wahrgenommen. Michaela Wolff (*Fluthilfe-Ahr e.V.*): „Ich fand die wirklich, die, die mir begegnet sind, sehr empathisch und die waren alle sehr sensibel."

Der Aspekt des Mithelfens, des *Mitanpackens von Öffentlichkeitsakteur*innen* wurde verbunden mit zweierlei Erwartungen wahrgenommen: ‚nicht nur berichterstattend danebenstehen' sowie ‚nicht die Menschen von der Arbeit abhalten'. Klaus Angel, der selbst betroffen sowie als Medienakteur (*Linus Wittich Verlag* & *Ahrtalradio*) im Ahrtal unterwegs war, schilderte diesbezüglich eine Begegnung mit auswärtigen Journalist*innen, die sich an ihn wandten:

> „Da haben sie sich noch ein bisschen beschwert ‚Oh, die Leut' hier sagen nix, die sagen nichts.' Da hab ich gesagt, […] ‚Wenn ihr die […]Gummistiefel anziehen würdet und [mit]arbeiten, dann würden […] die Leut euch was sagen.'"

Wertschätzendes Zuhören und technische „Zurückhaltung" kamen an

Steven Conzen, empfand die Kombination von Helfer und privatem Öffentlichkeitsakteur, etwa in der Person von Markus Wipperfürth, sowie seinen Stil mit Live Videos, die über *Facebook* liefen, als *authentisch*:

> „Wenn man jetzt zum Beispiel N24 gesehen hat, da standen die Reporter mit ihrem Mikrofon vor irgendwelchen Aufräumenden […] oder da, wo es am schlimmsten aussah, und haben ihren Text runtergerattert. […] Markus war […] authentischer."

Es wurde als positiv angesehen, wenn Reporter*innen *vor Ort blieben*, auch wenn es nur für eine Nacht war oder im Fall von Frank Gerstenberg (*Focus online* & *Stern*) zwei bis drei Wochen

und man sich etwas kennenlernte; das erhöhte auch die Bereitschaft, sich interviewen und filmen zu lassen.

Ein anderer wesentlicher Aspekt, den die Betroffenen und Helfenden im Umgang mit Öffentlichkeitsakteur*innen ansprachen, ist jener des *sich Zeit Nehmens und wertschätzenden Zuhörens*.

> „[…] Melanie Proband vom *Focus* […] war sehr einfühlsam. Also, das war unfassbar schön zu sehen, wie einfühlsam und achtsam sie auch mit den Betroffenen, gerade mit den […] Eltern und den Kindern […] gesprochen hat." (Klaudia Skodnik, *Fortuna hilft e. V.*)

> „Die haben sich Zeit genommen. Das habe ich schon so empfunden, dass sie jetzt nicht nur da drauf aus waren, da irgendeine Schlagzeile zu machen. […] Wir haben uns noch lange unterhalten, die haben auch andere Sachen gefragt, jetzt nicht nur das Thema betreffend. Ob die sich jetzt so […] richtig […] reinfühlen konnten, weiß ich nicht. Das ist halt immer schwer zu sagen […]. Ja, aber sie haben sich auf jeden Fall Mühe gegeben, das ordentlich zu machen." (Anne Schneider, Bad Neuenahr-Ahrweiler)

Neben dem Sprechen miteinander nach dem Interview gehörte auch das *Fragen nach Herausforderungen und Problemen* zu einem als empathisch geschätzten Umgang.

> „Der Axel John vom SWR hat sich, wie ich finde, die Mühe gemacht, wirklich hierhin zu kommen und die Menschen zu verstehen. Es gibt ja im Nachgang zu dieser Flut immer noch Probleme und der hat genau nachgefragt, wo denn die Probleme sind." (Klaus Angel, *Linus Wittich Verlag* & *Ahrtalradio*)

Als ein weiterer, als empathisch empfundener Aspekt wurde Zurückhaltung angesprochen – auf technischer Ebene etwa die Kamera so einzusetzen, dass es nicht bedrängend wirkt oder hektisch, oder der Verzicht darauf, Szenen immer wieder neu drehen zu wollen. Angesprochen wurden auch Wahrnehmungen einer *emotionalen Belastung der Öffentlichkeitsakteur*innen*. Klaudia Skodnik (*Fortuna hilft e. V.*) erzählte, dass manche Reporter auf Betroffene trafen, die in einer Phase waren, wo sie das Durchgemachte sehr emotional und verzweifelt schilderten. Wenn man damit noch nie konfrontiert gewesen sei, überfordere einen das leicht; einzelne Reporter hätten daher bei ihrem Verein psychologische Unterstützung bekommen.

Szenen wie im Zoo

Betroffene und Helfende sprachen bezogen auf das Teilen von Emotionen und Empathie zudem *kritische Aspekte* an. Dazu gehörte das als unangenehm empfundene Gefühl des *„Draufhaltens"* auf Situationen und Menschen und der damit zu geringe Abstand zwischen ihnen sowie den Öffentlichkeitsakteur*innen und ihrer Berichterstattung. Samantha Muhring-Salamone und Giuliano Salamone aus Hagen ist besonders ein Filmclip in Erinnerung geblieben mit von der Flut in ihrem Haus eingeschlossenen Menschen:

> „Die fanden das schrecklich. Man hat das gemerkt. Das war wirklich wie im Zoo. Die waren eingesperrt, die kamen nicht raus. Und auf der anderen Seite von diesem Fluss standen die Leute mit Kameras, Berichterstattung, was auch immer. […] Die hätten tausendmal sensibler sein müssen." (Samantha Muhring-Salamone und Giuliano Salamone, Hagen)

Steven Conzen beschrieb eine Situation, in der ihm ein Betroffener seine Geschichte erzählte:

> „Dann sind wir an der Straße gestanden und haben […] nur noch geweint. Ja, und dann kam die *Bild*-Zeitung hinterhergelaufen und hat ein Foto gemacht und wollte dann mit uns reden. Also kein Feingefühl, gar nichts. Ich habe dann […] gesagt, der soll jetzt die Kamera wegnehmen, sonst verbuddel ich ihn hier."

Ungefragt fotografiert oder gefilmt zu werden und das Gefühl zu haben, dass Medien einfach draufhalten, aber auch, einem *physisch zu Nah-Sein*, wurde als übergriffig empfunden. Seelsorger Heiko Marquardsen schilderte, wie unangenehm ihm ein Reporter war, der ihm zu nahekam:

> „Der hat das, glaube ich, gut gemeint […] aber der stand […] halt ständig nebendran, während ich versucht habe, mit Leuten zu reden, so als würde er das Gespräch protokollieren. […] für jemand, der im Gespräch ist, eine sehr komische Situation. Der war, der [ist] quasi den ganzen Tag irgendwie […] neben mir hergedackelt, wo ich dann auch dachte, ich komme mir hier so eingeengt vor. Lass mich doch mal, such dir doch mal selbst einen und frag den selbst. […] Der Beitrag danach war richtig gut."

Vermutlich sei das einfach dessen Arbeitsstil gewesen.

Unpassende Kleidung provozierte

Als kritisch wurden auch Aspekte von *Distanz* beschrieben, die sich beispielsweise schon durch den Kleidungsstil äußern konnten. So trafen Michaela Wolff und andere Helfende am dritten Tag nach der Flut auf eine Journalistin. Das war ihrer Angabe nach zu einem Zeitpunkt, an dem andere Helfende von außerhalb aufgrund von Straßensperrungen nicht nach Bad Neuenahr-Ahrweiler kommen konnten, obwohl sie benötigt wurden.

> „Und dann trafen wir […] am Randgebiet hier vom Ort mit unseren Bollerwagen, […] auf eine junge Dame in neuen weißen Sneakern und hellem T-Shirt. Und die sprach uns an […] ‚Mensch, ihr seht nach Helfern aus. […] Wo kann man denn hier am besten helfen?' […] Also ich bin eigentlich nie ungehalten, [aber] in dem Moment habe ich […] zu ihr gesagt: ‚Das ist ja wohl nicht Ihr Ernst, dass Sie mit neuen weißen Sneakern kommen und einem hellen T-Shirt und gar nicht wissen, wo Sie helfen sollen und jetzt hier die Einfahrtstraßen blockieren für die, die genau Bescheid

wissen.'" Die Frau habe sich umgehend entschuldigt und sich zudem als SWR-Redakteurin vorgestellt. „Das war ganz niedlich […]." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Auch wenn die kritische Situation sich in diesem Fall auflöste und die Reporterin Michaela Wolff begleitete, empfand diese es als wichtig, dass Journalist*innen auch hinsichtlich ihrer Kleidung bei einem Einsatz in einem Katastrophengebiet sensibilisiert sind.

Ein anderer als kritisch wahrgenommener Aspekt der *Distanz* war, wenn von außen kommende Fahrzeuge von Medienhäusern oder Politiker*innen Vorrang beanspruchten oder die Durchfahrt blockierten oder wenn das Gefühl entstand, manche von außen kommende Öffentlichkeitsakteur*innen

„haben sich nicht die Mühe gemacht, [sich] wirklich […] in die Menschen hier, in die Gemengelage […] einzufinden, […] die Beziehung, die Empathie, die hat da komplett gefehlt. Die haben ihren Job abgespult." (Klaus Angel, *Linus Wittich Verlag* & *Ahrtalradio*)

Als negativ empfunden wurde ferner der Aspekt der *wenigen Zeit*, die sich einzelne Öffentlichkeitsakteur*innen nahmen.

„[D]iese *Aktuelle-Stunde*-Beiträge waren eher so, hör mal, ich muss zu dir kommen, ich muss den Beitrag machen, der muss heute Abend raus. Wir müssen das schnell machen." (Stefan F., *Verein Wiederaufbauhilfe*)

In diesem Zusammenhang haben mehrere Interviewpartner*innen das von ihnen wahrgenommene Leitmotiv des *Verkaufens* als kritisch angesprochen, also die Orientierung von Journalismus an Quoten und Auflagen; anscheinend lasse sich mit seriöser, empathischer Berichterstattung kaum Geld verdienen.

Im Zusammenhang mit dem als konstruktiv empfundenen Mit-Anpacken steht das empfundene *Vortäuschen von Hilfe*. Steven Conzen erzählte als Beispiel, dass sich Leute von der *Bild*-Zeitung auf den Marktplatz gestellt hätten. Sie hatten ein „kleines Körbchen mit Brötchen dabei, ohne Salami oder sonst irgendwas." Online sei das dann ganz anders „verkauft" worden, unter der Devise

„‚*Bild* hilft im Flutgebiet' und [sie] würden Essen mitbringen und Trinken. Und als ich das hinterher gesehen habe, habe ich mir gedacht: Schämt euch, Schämt euch wirklich!" (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*)

„Wo ist der nächste Galgen?"

Guido Orthen, der als Betroffener interviewt wurde und als Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler zugleich Funktionsträger ist, empfand die Art, wie manche Medien kritisierten und formulierten, als fehlende Empathie von Medien, als *Skandalisierung*. Konkret, so erläuterte er, verletzte ihn, dass eine Journalistin ihn mitten im Flutchaos fragte, ob er überfordert sei. „Die

Unbarmherzigkeit, mit der Politik teilweise miteinander umgeht, ist medienverursacht“, sagte er. Dauernd stehe eine Schuldfrage im Raum:

> „Wo ist der nächste Galgen und wo können wir Medienvertreter irgendwann einen aufhängen? Den Eindruck habe ich. Und das macht Politik unmenschlich. Ja, und das war auch in der Situation natürlich völlig unangebracht.“ (Guido Orthen, Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler)

Auch andere Interviewpartner*innen hatten das Gefühl, manche Medien verstärkten vorhandene Kritik und Wut und beobachteten auch eine *Sensationalisierung* von Leidensgeschichten. Die *Bild*-Zeitung habe ihn nach den Selbstmordzahlen gefragt und nach den Namen von Angehörigen, sagte Orthen. „Das haben wir natürlich nicht gemacht. […] Damit kann man Schlagzeilen machen. […] Aber was macht man damit? Was bewirkt man damit?“

Betroffene benötigen Schutz und auch Distanz

Ein letzter Aspekt hinsichtlich der Herausforderungen von Empathie und Emotionen im Umgang mit Öffentlichkeitsakteur*innen ist jener der *Vermittlungsarbeit zwischen Helfenden und Betroffenen* sowie deren *Schutz*. Heiko Marquardsen (Seelsorger & Kooperator katholische Pfarreiengemeinschaft Bad Neuenahr-Ahrweiler) sah sich selbst in der Rolle des Vermittlers zwischen Pressevertreter*innen und Bürger*innen. Er habe sich schützend vor Betroffene gestellt und selbst Auskunft gegeben. Michaela Wolff (*Fluthilfe-Ahr e. V.*) beschrieb einen Dreh mit dem SWR

> „bei einer betroffenen Familie. [Da] merkte ich […], dass [es] […] für die Mutter ein bisschen viel wurde und sie […] weinen musste. [D]a habe ich sie einfach in den Arm genommen. [D]as sind natürlich so Momente, wo ich […] gemerkt habe, natürlich brauchen die Schutz. Und dann war ich eben als Begleiter von der Hilfsorganisation dabei. [D]as ist auch nicht ungeschickt, [denn] die Reporter sind ja neutrale Personen, die kennen die Leute nicht vorher […]. Ich als Vermittler […] habe die zumindest vorher schon mal getroffen. Ich kenne die Geschichte und ich bin […] ein Mensch, der mit Körperkontakt gar kein Problem hat […].“ (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Einen solchen Schutz vor medialer Berichterstattung, so eine weitere Wahrnehmung, benötigten auch *Helfende*, die neben vielen emotional belastenden Erfahrungen bei ihrer Arbeit nicht noch einem sozialen Druck ausgesetzt sein sollten, sondern sich in einen geschützten Raum zurückziehen können sollten, beschrieb Stefan F. vom *Verein Wiederaufbauhilfe*.

6.2.3 Die Wahrnehmung von Sachgerechtigkeit in Medienbeiträgen

Wie die Öffentlichkeitsakteur*innen nehmen auch die Betroffenen und Helfenden Unterschiede in der Berichterstattung je nach *regionalem oder deutschlandweiten Bezug* wahr. Sie spra-

chen an, dass auch überregionale Sendungen Informationen für Betroffene vor Ort bereitstellen könnten.

> „Da hätte ich mir zum Beispiel von den Medien gewünscht, sich nicht an die Öffentlichkeit in Restdeutschland zu richten, sondern dass der Moderator einfach mal sagt ‚Liebe Betroffene', das hätte ja nur eine Minute oder zwei in Anspruch genommen, ‚Die, die aus Ahrweiler kommen, am Marktplatz findet ihr Essen und Getränke.'" (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e.V.*)

Die Blickwinkel von Medienvertreter*innen, die weiter weg sind, werden als relativ fern der Wirklichkeit wahrgenommen. Der Bürgermeister, Guido Orthen, erläuterte, dass manche nicht mehr fragten, wie weit der Wiederaufbau ist, sondern wann alles fertig sei. „Da hat man manchmal das Gefühl, die glauben, dass das Ahrtal wieder das Alte sein müsste. Da sind wir natürlich noch ganz weit von entfernt."

Einen wesentlichen Aspekt einer sachgerechten Darstellung sahen die Betroffenen und Helfenden in der Darstellung von *authentischen Emotionen und Leid*.

> „Diese Authentizität der Betroffenheit, der hat auch mal geweint […] und […] total authentisch rübergebracht, wie betroffen er über den Tod seiner Eltern ist und welche Versäumnisse er in der Politik sieht und dass er eine Entschuldigung verlangt, die er nicht bekommt. […] und dass der wirklich […] gezeigt hat, wie fix und fertig er war […] – das war einfach tatsächlich so." (Günther Uhl, Ahrweiler)

Helferin Michaela Wolff reflektierte über eine Situation in den ersten Tagen nach der Flut, in der sie gefilmt und gezeigt wurde, wie sie weinte.

> „Dann ist ja die Frage, muss man das mit reinnehmen? Auf der anderen Seite hat es mir nicht geschadet, weil wir schon viel Feedback bekommen haben, weil es ehrlich rübergekommen ist und weil es authentisch war." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Darstellen, was sachlich und wahrhaftig ist

Zur sachgerechten Darstellung gehörte in der Wahrnehmung der Betroffenen alles, was *sachlich und wahrhaftig* ist und im Ahrtal passierte: Schicksalsschläge und Traumata, die Zerstörungen, die Hilfsbereitschaften und die Schwierigkeiten des Wiederaufbaus.

> „Momentan, so entwickelt es sich, ist es eine Ungleichzeitigkeit hier an der Ahr. Es gibt Familien, da wird der Rollrasen schon ausgerollt. Aber es gibt Familien, die haben ihr Haus noch nicht mal abgerissen, geschweige denn wieder aufgebaut. Diese Ungleichzeitigkeit, die immer mehr zu Tage tritt, die ist wichtig, transportiert zu werden. Also nichts beschönigen, nichts bagatellisieren, nichts aufbauschen." (Klaus Angel, *Linus Wittich Verlag* & *Ahrtalradio*)

Zur Sachgerechtigkeit gehört in der Wahrnehmung der Interviewpartner*innen auch die *umfassende Darstellung* von Ereignissen und eine multiperspektivische und multithematische Aufbereitung. Heiko Marquardsen äußerte sehr genaue Vorstellungen:

> „Das ist der Anspruch, den ich an einen guten Artikel habe, dass […] gewährleistet ist, dass er nicht so verkürzt ist, dass es sinnentstellt ist, dass es aber auch […] nicht zu ausführlich ist."

Schicksale aufgreifen

Beiträge sollten nicht nur auf eine Person konzentriert sein, sodass Nebenthemen sich da dabei verlieren.

Zu einer sachgerechten Darstellung gehört nach Wahrnehmung der Betroffenen und Helfenden auch, dass die *Sorgen und Probleme* der Bevölkerung und die Punkte, an denen der Wiederaufbau nicht lief, medial aufgegriffen werden. Es gebe, so Günther Uhl, zu wenig Geschichten wie jene über

> „zwei ältere Damen, die ich zufällig vom Sehen auch kannte, […] die […] hatten im zweiten Winter keine Heizung. […] Und die saßen mit ihren Wolldecken in ihrer kalten Wohnung. […] Dann habe ich schon gedacht, warum kommt sowas nicht viel, viel öfters, weil, das ist ja die Realität. Dann können die Politiker uns [lange] erzählen: ‚[A]lles ist gut, Stromversorgung sichergestellt, Heizung hat jeder wieder', was einfach nicht stimmt." (Günther Uhl, Ahrweiler)

Kritische Aspekte, wie Schwierigkeiten mit Helfenden im Ahrtal, Probleme mit Spendengeldern oder bei den Anträgen für Entschädigungen, sind den Betroffenen und Helfenden wichtig und fanden sich nach Ansicht der Befragten zu wenig in der Berichterstattung.

Als in gegensätzlicher Hinsicht kritisch empfanden sie Medienbeiträge über *offizielle Termine* von Verantwortlichen und Politiker*innen. Michaela Wolff erläuterte ihr Unbehagen:

> „Was mich immer ein bisschen gestört hat, ist tatsächlich, wenn die Politik dann da war. Das ist ja auch das einzige Mal, wo man […] viele […] Fernsehpressevertreter gesehen hat. […] Da waren halt dann die Leute zum Gespräch geladen, die was Positives zu berichten hatten."

Unbehagen bei Betroffenen: Tatsächliche Nöte werden „offiziell" nicht verstanden.

Sie verstehe ja, dass die Landesregierung gut dastehen wolle und deshalb nur dahin schaue, wo etwas wieder an den Start gehe. „Dann wird […] nicht rechts und links geguckt. [D]as ist natürlich für uns hier vor Ort total verharmlosend." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Ein weiterer Aspekt einer als sachgerecht wahrgenommenen Berichterstattung war jener, *Informationen bereitzustellen*. Genutzt wurden dafür neben journalistischen Medien auch Social-Media-Kanäle, über die die Kreisverwaltung Informationen verteilte, sowie der *Facebook*-Kanal *WippiTV*, bei dem im Interview betont wurde, dass er Insiderinfos lieferte und näher ran kam:

> „Der hatte dann auch so spezielle Landmaschinen, […] und ist dadurch natürlich auch besser an irgendwelche Orte gelangt als jetzt vielleicht ein normaler Reporter, […] der [nur] ein Auto zur Verfügung hat." (Anne Schneider, Bad Neuenahr-Ahrweiler)

Eine Frage im Zusammenhang mit sachgerechter Berichterstattung war auch, ob sie *kontinuierlich* erfolgte, zumal es zum Beispiel rund um den Aufbau weiterhin öffentlichkeitsrelevante Themen gegeben habe. Anne Schneider hob in dieser Beziehung den SWR hervor, Klaudia Skodnik wünschte sich, „dass solche Themen nicht nur in der akuten Phase rauf und runter gespielt werden, sondern dann auch noch mal nachgefasst werden". Den Befragten war dabei wichtig, auch überregional weiterhin wahrgenommen zu werden.

Hochwasserschutz und Klimawandel waren nicht an erster Stelle

Hochwasserschutz im Rahmen des *Klimawandels* wurde teilweise als Teil einer sachgerechten Berichterstattung angesprochen und der thematische Zusammenhang wahrgenommen.

> „Ich lebe in einem Winzerbetrieb, da ist für uns das Thema Wetter kein Smalltalk. Das ist täglich Brot. […] Wir sagen nicht: ‚Wann kommt der Klimawandel?' Der ist für uns [schon] da." (Klaus Angel, *Linus Wittich Verlag* & *Ahrtalradio*)

Allerdings äußerten Befragte auch, dass für den Moment das Thema Klima dennoch keine Priorität habe.

Vermisste Themen, vermisste Anerkennung für professionelle Hilfsorganisationen

Die Interviewten wiesen auch auf *Themen* hin, *die sie in der Berichterstattung besonders vermissten*: Beiträge über psychische Folgen der Katastrophe oder über Krisenbewältigungsstrategien, Beiträge über die Menschen, die bei Anträgen auf finanzielle Förderung durch das Raster fielen und Beiträge über die Leistung der professionellen Hilfsorganisationen. Heiko Marquardsen (Seelsorger) kritisierte:

> „[B]ei allem Dank für die vielen freiwilligen Helfer, die hierhin gekommen sind, sind mir manchmal auch tatsächlich die professionellen Helfer zu kurz gekommen." Man habe „viel auch dem THW, den Maltesern, der Caritas und eben auch der Bundeswehr

zu verdanken, die hier echt Großes geleistet haben."

Das beschrieb auch Steven Conzen (*Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*), aber unter dem Aspekt, dass durch die in Medienberichten seiner Meinung nach zu wenig präsenten Hinweise auf die Angebote der professionellen Helfer*innen viele Menschen von diesen Hilfen nicht oder spät erfuhren.

„Wenn sich THW, Feuerwehr, Malteser bei so einer Katastrophe [...] zusammenstellen [und] jeder sagt, wo [er] welche Hilfe bekommt. [...] das kann man einmal im Fernsehen ausstrahlen, das kann man als Clip auf *Facebook* stellen [...] allein die Ausgabestellen vom Roten Kreuz. Jeder fragte [...] ‚Wo sind die denn?' Weil das nicht publik gemacht wurde. Das Rote Kreuz postet das zwar auf *Facebook*, aber das wird halt nicht so geteilt."

Ein anderes Thema, dass die Befragten umtrieb, waren Fragen rund um die *Verantwortung für Fehler, Versäumnisse und die Lehren* daraus.

Lehren aus Fehlern und Versäumnissen

Guido Orthen, Bürgermeister Bad Neuenahr-Ahrweiler beschrieb dies am Beispiel der Probleme mit der für Katastrophenschutz zuständigen Landesbehörde, der Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion Rheinland-Pfalz (ADD), die in der Wahrnehmung von Befragten in Medienberichten kaum vorkamen.

„Dass [es] in Bad Neuenahr-Ahrweiler bei zehn betroffenen Stadtteilen und einer Betroffenheit von etwa 20.000 Menschen nach 14 Tagen nur eine von der ADD [...] zu verantwortende offiziell öffentliche Versorgungsstation gibt [...], ist gravierend. [W]ir wären verhungert, verdurstet, wenn es die Freiwilligen nicht gegeben hätte. [...] Dass in den [...] Tagesberichten der technischen Einsatzleitung immer noch steht, [...] Bad Neuenahr-Ahrweiler hat neun Stadtteile, sechs davon sind betroffen – wir haben aber 13 und 10 sind betroffen gewesen – da merkt man, die haben nicht mit uns kommuniziert. Wir standen daneben wie begossene Pudel. Das ist das Kernproblem."

Manche Befragten erachteten *Schuldzuweisungen* als nicht zielführend. Sie räumten aber ein, dass sich etwas ändern müsse, damit Ähnliches in dem Ausmaß nicht wieder vorkommt.

Dieses Thema scheint wie das Klima-Thema zudem eine Frage des Zeitpunkts zu sein, wie zum Beispiel Bürgermeister Orthen darlegte:

„Ich verstehe, dass insbesondere diejenigen, die liebe Menschen verloren haben, die Frage möglicherweise direkt gestellt haben. Und dass Journalismus die Frage auch stellt und stellen muss. Aber uns hat der Kopf nicht danach gestanden, [...] die Fragen kamen nahezu bei jedem zweiten Interview. [D]a habe ich

auch gesagt, da sage ich jetzt gar nichts zu, wir haben andere Sorgen."

Als störend wahrgenommen wurde zudem, wenn Betroffene instrumentalisiert wurden, Schuldzuweisungen auszusprechen und dafür letztlich deren emotionale Ausnahmesituation ausgenutzt wurde.

Auch Helfende kritisch beobachten

Ein weiterer als kritisch angesprochener Aspekt in der Berichterstattung und damit das Gegenteil von Sachgerechtigkeit ist die *Skandalisierung*. Das wurde zum Beispiel bei privaten Öffentlichkeitsakteur*innen, wie Markus Wipperfürth und anderen, wahrgenommen.

„Die haben eine große Gefolgschaft, berichten dann öffentlich, der Staat macht nichts, der Staat tut nichts, lassen dann aber aus meiner Sicht wichtige Punkte quasi unter den Tisch fallen, wie zum Beispiel, dass eine Stadtverwaltung und eine Kreisverwaltung hier Mitarbeiter verloren hat, vorher schon überlastet war. […] Es ist destruktiv. Und das wiederum wird adressiert an eine breite Masse. Diese breite Masse bewegt sich im Internet. Da ist die soziale Hemmschwelle eh niedriger. Das ist für mich ein Aufwiegeln von Menschen." (Stefan F., *Verein Wiederaufbauhilfe*)

Im Gegenzug wurde aber zum Beispiel auch als Skandalisierung wahrgenommen, wenn finanzielle Ungereimtheiten beim Helferstab im Ahrtal thematisiert wurden. „Die sollen die Leute doch in Ruhe lassen. Die haben so viel geleistet und für uns alle. [D]as ist verkehrte Kommunikation. Das ist einfach nur Politik, die keinem guttut." (Günther Uhl, Ahrweiler)

6.2.4 Sachgerechtigkeit im Umgang miteinander

Sachgerechtigkeit spielte in den persönlichen Kontakten zwischen Betroffenen und Helfenden sowie den Öffentlichkeitsakteur*innen eine wichtige Rolle. Konnte man sich darauf verlassen, dass eine Information wahrheitsgetreu war, beziehungsweise dass benannt wurde, wenn etwas unklar oder noch nicht geprüft war? Machten Berichtende in der Wahrnehmung der Betroffenen oder Helfenden „ihren Job"? Nahmen sie sich beispielsweise die Zeit für eine *tiefgründige Recherche*, bei der sie sich auch für die Hintergründe der Gesprächspartner*innen und der Arbeitsweisen von Hilfsorganisationen interessierten?

„Weiterhin gibt es Medien, wie zum Beispiel den *Stern*. […] Die [haben] sogar auch angefangen […], Backgroundchecks zu machen. […] Die wollten wissen: Wer bist du, was machst du? Wo kommst du her?" (Stefan F., *Verein Wiederaufbauhilfe*); „Die sind dann auch mit mir gefahren und haben […] die Tour mitgemacht und geguckt, was da denn wirklich […] los ist." (Klaudia Skodnik, *Fortuna hilft e. V.*)

Sorgfalt, mehrere Blickwinkel, viel Zeit

Dazu gehörte auch hier das in unterschiedlichen Zusammenhängen genannte *gegenseitige sich Zeit-Nehmen*, weil das ermöglichte, relevante Sachverhalte besser zu vermitteln und zu verstehen. Das Zeitpensum, an dessen Ende dann zum Beispiel ein 30-Sekunden-Beitrag stand, sei zwar hoch und man sollte immer einen Terminpuffer haben, beschrieb einer der Interviewten, aber dafür habe man es „einfach […] mit seriöser Berichterstattung zu tun, […] nichts Hingerotztes“ (Heiko Marquardsen).

Ein anderer Aspekt in der sachgerechten Informationsbeschaffung und der Begegnung miteinander war, dass Betroffene und Helfende auch *Öffentlichkeitsakteur*innen als Informationsträger* angesprochen und befragt haben und sich so über die Lage im weiteren Umkreis informiert haben.

„Was die dann schreiben …“: Missverständnisse rund um den Themenfokus

Wie bereits bezogen auf die Berichterstattung sprachen Betroffene und Helfende auch das Verhalten von Öffentlichkeitsakteur*innen als einen der *Kritikpunkte* an, dass Inhalte *eingeschränkt und ungenügend* wiedergeben worden seien, aber auch, dass sie offenbar eher zusahen, was dann aus den gegebenen Informationen gemacht wurde. Günther Uhl beschrieb seine Erfahrungen mit Reporter*innen, die er an seinen Führungen für Hoteliers teilnehmen ließ, bei denen er Herausforderungen, die durch die Flut für den Tourismus entstanden waren, thematisierte:

> „Das ist ja meistens ein Kombiartikel und [es ist] immer […] spannend zu sehen, was die dann da überhaupt schreiben. [M]eine Schwerpunkte, die ich in diesen Führungen […] setze, – keine Handwerker, kein Material, betroffene Kollegen, wie geht es weiter, wann kommen überhaupt Touristen, wie können wir in Zukunft Geld verdienen? – [wurden] oft überhaupt nicht thematisiert […]. Das müssen Sie dann halt auch […] zulassen, dass die Fülle an Informationen, die man den Leuten gibt, […] anders ankommt oder anders wiedergegeben wird. Deswegen sage ich immer: ‚Schönes Interview, aber man weiß nie, was die dann hinterher schreiben.‘ Und das ist tatsächlich so.“ (Günther Uhl, Ahrweiler)

Manche Schwerpunktsetzungen wurden als problematisch oder einseitig empfunden.

> „Hauptkonzentrationspunkt dieses Beitrags war so ein bisschen ‚Ich und meine Zweifel mit Glauben‘“ erzählte Heiko Marquardsen im Interview. Das sei ein Teil des Gesprächs gewesen, aber vor allem habe er von Betroffenen erzählt. „Die gucken mir halt über die Schulter bei meiner Arbeit und sammeln so den Eindruck, wie es den Menschen geht.“ Für sein Gefühl war der Beitrag „sehr einseitig auf mich […] fokussiert, […] auf mich und […] meine Glaubenszweifel.“

Steven Conzen vermisste in dem Beitrag über sich und seine Partnerin die Darlegung der schwierigen Situation der Betroffenen, über die er mit den Reporter*innen gesprochen hatte.

> „Also ich habe viele Probleme angesprochen, aber nur eines wurde gesendet. [D]ie wollten halt darüber berichten, wie ich dazu gekommen bin, dass ich hier ein Haus gekauft habe, dass ich für immer hierbleibe. [E]s ging nicht um die Betroffenen oder um die Situation selber, sondern eher um mich." (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*)

Irritation über Produktionsroutinen

Als herausfordernd wurde auch das *inszenierte Arbeiten* empfunden, zu dem Öffentlichkeitsakteur*innen die Betroffenen und Helfenden beim Dreh von Beiträgen anleiteten: zum Beispiel etwas mit dem Spaten machen, am Fahrrad etwas reparieren oder „den Radlader bewegen, der aber woanders hin muss" (Stefan F., *Verein Wiederaufbauhilfe*).

Und in gewisser Weise lässt sich als sachgerecht auch einordnen, als wie seriös ein Auftreten oder eine bestimmte Aktion wahrgenommen wurde. Als positives Beispiel, die sich mittelbar auch positiv auf das Ansehen der *Stern*-Reporter*innen ausgewirkt haben mag, beschrieb Stefan F. (*Verein Wiederaufbauhilfe*) die Art, wie die „Stiftung stern", die bei ihren Leser*innen um Spenden warb, vor Ort auftrat. Er betonte, dass seiner Wahrnehmung nach alles sachlich ablief und nicht mit der Erwartung einer Gegenleistung verbunden war.

6.2.5 Die Wahrnehmung von Empowerment in Medienbeiträgen

Ein Aspekt einer motivierenden, aufbauenden oder auch lösungsorientierten Berichterstattung war für die Betroffenen und Helfenden der *indirekte oder direkte Aufruf zur Hilfe*. Das geschah einerseits über Privatpersonen, die dafür Accounts auf Social-Media-Plattformen nutzten. Andererseits half offenbar die Berichterstattung über die Arbeit der Freiwilligen im Ahrtal auch den Helfenden. Über die lokale Berichterstattung der *Rhein-Zeitung* nahm zum Beispiel eine Stiftung Kontakt mit dem Wiederaufbauverein von Stefan F. auf, um dazu einzuladen, sich um Spendengelder zu bewerben.

Ein anderer Aspekt von Empowerment war die Darstellung der *Handlungsfähigkeit* und Tatkraft der Menschen vor Ort.

> „Ich fand […] die meisten Beiträge mit Betroffenen ermutigend, weil die Betroffenen, die sich […] bereit erklärt hatten, was zu sagen, häufig die waren, die in jedem Fall wieder aufbauen wollten und die unheimlich viel Kraft und Power gezeigt haben." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Neben dem Wiederaufbauwillen wirkten auch schöne Momente und Beispiele für den Zusammenhalt ermutigend.

„[V]or einem Haus einer Betroffenen ist der Reifen geplatzt. Da hielt dann die Polizei an. Und da dachte ich mir, jetzt gibt es wieder irgendwelche Probleme. Aber es war genau das Gegenteil, der Polizist hat gefragt: ‚Was ist denn passiert?' Da habe ich gesagt, ich verschenke hier an die ältere Dame eine Waschmaschine und der Reifen ist aber geplatzt. […] Der Polizist [hat] dann ganz […] spontan [gesagt]: ‚Weißt Du was? […], wir wechseln jetzt Deinen Reifen und Du bringst der Frau die Waschmaschine.' [Ich] habe […] ein Bild, wo der Polizist in Uniform [den] Reifen wechselt. [D]as haben sie […] jetzt auch noch in die Zeitung gebracht. Das war eine coole Sache." (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*)

Polizei wechselte den Reifen

Ein weiterer Aspekt war auch, dass Helfende und Betroffene Medien als eine Instanz wahrnahmen, die Ideen für *Lösungen* für Probleme vor Ort anbot, zum Beispiel für die durch die vielen Helfenden erzeugten Staus im Tal oder für die Bewältigung der Antragsverfahren für Wiederaufbauhilfen.

Es wurden zudem *Kritikpunkte* angesprochen bezogen auf einzelne Facetten von Empowerment in den Medienbeiträgen. Positive Aspekte und Machbarkeit, so die Wahrnehmung, können auch verzerrend wirken, *gerade* wenn es um den Wiederaufbau und dessen Fortschritt ging.

„Positive Nachrichten, den Fortschritt finde ich total wichtig, aber man kann nicht den Leuten sagen: ‚Kommt jetzt, [das] Ahrtal ist wieder schön'. Ist es nicht." (Günther Uhl, Ahrweiler)

„Dann, dann denken sie, ist ja wieder alles in Ordnung im Ahrtal und das finde ich halt schlimm. [W]enn die Presse mit der Politik loszieht, dann wird schon viel verharmlost, weil man dann […] nur die Sachen zeigt, die schon wieder besser sind oder gut sind. [Das] wär […] ganz schön, wenn man so was immer im Zusammenhang […] mit einer kritischen Sache […] bringen kann." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

6.2.6 Empowerment im Umgang miteinander

Bezogen auf die Art, wie Betroffene und Helfende sowie Öffentlichkeitsakteur*innen einander begegneten, lassen sich kaum Hinweise zu ermächtigenden Aspekten ableiten, am ehesten noch in der Beschreibung der *Unterstützung beim Dreh*, indem Betroffenen durch eine entspannte Atmosphäre die Angst vor der Kamera genommen werden sollten: „Die haben eigentlich immer gesagt: ‚Also ganz locker, unterhalten Sie sich mit der Frau Wolff einfach, wie sie es immer machen würden, und wir gucken einfach.'" (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Aus den Wahrnehmungen der Betroffenen und Helfenden einerseits und der Öffentlichkeitsakteur*innen andererseits wurden Gemeinsamkeiten und Unterschiede deutlich. Diese werden in dem folgenden und abschließenden Kapitel zu den Leitfadeninterviews zusammenfassend diskutiert.

7 Der Vergleich der Perspektiven: Worin gleichen und unterscheiden sich die Wahrnehmungen von Öffentlichkeitsakteur*innen sowie Betroffenen und Helfenden?

Ein gemeinsames Thema war jenes der *Abwehrreaktionen* der Betroffenen und Helfenden. Auf Seiten der Öffentlichkeitsakteur*innen bestand einerseits die Sorge, angegriffen oder verscheucht zu werden, was ihnen auch vereinzelt passierte.

Helfen und/oder berichten?

Diese Angst war auch verbunden mit *Rollenkonflikten*, ob sie sich auf das Berichten beschränken und damit als voyeuristisch oder störend taxiert wurden oder ob sie selbst bei den Aufräumarbeiten *mitanpacken* sollten und damit zugleich einen einfacheren Zugang zu Betroffenen und Helfenden zu bekommen, wie dies ebenfalls vereinzelt erfolgte. Dass ein Rollenwechsel als Instrument für den besseren Zugang zu den Betroffenen dienen konnte, wurde aber nicht als die eigentliche Intention beschrieben, sondern die extreme Lage vor Ort. Diese brachte manche Journalist*innen in den Zwiespalt, ob man angesichts dieser überhaupt „nur berichten“ und damit zuschauen konnte. Die Befragten entschieden sich unterschiedlich. Die einen verbanden beides – Helfen und Berichten –, setzten aber auch Grenzen, etwa dass am Ende des Tages auch ein Beitrag fertig produziert sein müsse. Andere lösten für sich das Rollendilemma über eine Rollenreflexion: Ein Interviewter erläuterte, er habe sich vergegenwärtigt, dass die hauptsächliche Rolle von Journalist*innen – und damit auch seine – die eines Chronisten sei, der die Lage vor Ort einer Öffentlichkeit und auch Nachwelt zur Verfügung stellen sollte. Auf Seiten der Betroffenen und Helfenden findet sich dieser Konflikt wieder. Einige äußerten, dass sie oft die Öffentlichkeitsakteur*innen, die von außerhalb anreisten, als zu distanziert erlebt hatten. Besonders das „untätige Danebenstehen“ und „Draufhalten“ oder bei den Aufräumarbeiten mit Interviewanfragen zu stören, wurde als unpassend empfunden.

Auf der anderen Seite trafen die Öffentlichkeitsakteur*innen auf ein großes *Mitteilungsbedürfnis* bei betroffenen Menschen. Dessen waren sich die Öffentlichkeitsakteur*innen bewusst und räumten dem *sich-Zeit-nehmen* und Hinhören eine größere Rolle in ihrer Arbeit ein. Sie empfanden die Gespräche mit betroffenen Menschen vor Ort auch als Unterstützung für diese, in denen sich jene etwas von der Seele reden, sich erleichtern oder mit ihren Anliegen die Öffentlichkeit erreichen konnten. In der Wahr-

nehmung der Betroffenen und Helfenden stand dieses *sich-Zeit-nehmen* in Zusammenhang mit einer wertschätzenden, zugewandten Atmosphäre, die sie schätzen. Beide Seiten beschrieben auch die Verantwortung der Journalist*innen im Umgang mit traumatisierten Menschen.

An dieser Stelle wird auch ein Konflikt deutlich, den die Öffentlichkeitsakteur*innen gerade durch die aktuelle Berichterstattung mit sich verhandeln mussten. So war ihre Zuhör-Zeit *auch teilweise beschränkt* durch Beiträge, die schnell produziert und gesendet werden mussten. Eine weitere Herausforderung bestand darin, geführte Interviews teilweise zu verwerfen und nicht zu senden, da Betroffene oder Helfende zu stark unter Schock standen und ihre Aussagen nicht verwertbar waren.

Bezogen auf die Frage, inwiefern *Empathie in der eigenen Berichterstattung* für die Öffentlichkeitsakteur*innen eine Rolle spielte, äußerten diese sich vor allem zu ihrer Arbeit vor Ort und gaben damit Einblicke *hinter die Kulissen*. Sie sprachen über den Umgang mit Betroffenen und Helfenden und über Empathie als Schlüssel, um sich den Zugang zu ihnen zu erschließen. Sie reflektierten über den Stellenwert von Emotion als Thema in ihren Beiträgen sowie über die eigenen Emotionen. Dabei beschrieben sie es auch als einen Konflikt, abzuwägen, wie nah und damit wie empathisch sie sein konnten und wie distanziert sie sein mussten, um sich selbst emotional zu schützen. Das war besonders relevant für jene Journalist*innen, die täglich und aktuell aus dem Ahrtal berichteten. Öffentlichkeitsakteur*innen, die aus dem Ahrtal kamen und selbst oder in ihrer Familie betroffen waren, fühlten sich den Betroffenen und Helfenden besonders nah. Das empfanden sie teilweise als Belastung, teilweise öffneten sie sich damit eine Tür zu Betroffenen und zu Geschichten, die deren Schicksal hautnah vermittelte und die Tragweite erahnbar machte. Empathie wirkte zudem als Motivation, den Menschen vor Ort möglichst unermüdlich mit der eigenen Berichterstattung zu helfen.

Berufsverständnis, Ethik, Medieneffekte

In den Rollenkonflikten der Medienschaffenden zeigen sich auch Grauzonen zwischen Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment. Hier mischten sich *journalistische Rollenverständnisse, Berichterstattungsmuster, Funktionen und berufsethische Orientierung*: Verstand man sich als Chronist, neutraler Beobachter oder Anwalt? Wollte man aktivierend oder aktivistisch agieren? Folgte man in der jeweiligen konkreten Situation eher Elementen des konstruktiven, des anwaltschaftlichen, des investigativen oder des nachrichtlichen Journalismus? Waren einem ethische Abwägungen geläufig, etwa zu Auswahlkriterien für Bilder, die eine Katastrophe oder von Schicksal getroffene Menschen zeigen, und zu dem, was beispielsweise verantwortungsethisch geboten war? Wie sehr war man sich möglicher Medienwirkungen bewusst, wie jener des in Kapitel 3 beschriebenen „Hostile Media Effects“, wonach

Rezipient*innen auf Berichterstattung, die ihren Erwartungen oder Überzeugungen widersprach, oft mit genereller Abneigung reagierten?

Auch wenn die Öffentlichkeitsakteur*innen nicht selbst betroffen waren, waren auch sie durch die Situation vor Ort *emotionalen Belastungen* ausgesetzt. Die Folgen der Flut, die Zerstörungen, die Opfer, der Schock und die Verzweiflung der Betroffenen und Helfenden stellten sie vor psychische Herausforderungen – und diese Belastungen der Journalist*innen blieben umgekehrt auch den Betroffenen nicht verborgen.

Ein in allen Akteursgruppen angesprochener und geteilter Aspekt von Empathie war die *Sorge vor dem Vergessenwerden*. Die Berichterstattenden sahen es als Auftrag, kontinuierlich über das Ahrtal zu berichten, und sie beschrieben die *kontinuierliche Berichterstattung* auf regionaler sowie auf überregionaler Ebene als wichtig. Dieser Wunsch nach Kontinuität zeigt auch die Nähe der Journalist*innen zu Betroffenen und Helfenden und das Teilen ihrer Sorgen und Nöte.

Leid zeigen galt als relevant

Von allen Akteursgruppen wurde zudem die Bedeutung der Frage nach der Verantwortung für die Folgen der Flut und die andauernden Missstände im Ahrtal geteilt; eine solche *kritische Haltung* forderten Helfende und Betroffene von Öffentlichkeitsakteur*innen teilweise auch ausdrücklich ein.

Ein aus allen Akteursgruppen angesprochener Aspekt von Emotionen beziehungsweise Empathie war die *sachgerechte Darstellung von Leid*. Von Journalist*innen wie Betroffenen wurde es nicht als dramatisierend, sondern als öffentlich relevant angesehen, wenn Tränen und Schicksalsschläge die Wirklichkeit abbildeten. Authentische Emotionen wurden von den Befragten auch als Element einer sachgerechten Berichterstattung verstanden.

Ein anderer Aspekt der Darstellung und Vermittlung von Emotionen, der in allen Akteursgruppen kritisch thematisiert wurde, war das *Dramatisieren*, etwa indem Menschen als Opfer exponiert wurden.

Insgesamt thematisierten die Betroffenen und Helfenden häufiger kritische Aspekte der Berichterstattung als die Öffentlichkeitsakteur*innen.

Zusätzlich zum Aufbauschen von Emotionen wurde in allen Akteursgruppen die *Skandalisierung* als problematisch angesprochen, durch die Themen einseitig und polarisierend dargestellt werden. Ein Beispiel sind Fragen nach Schuld und Verantwortung. Einzelne nichtjournalistische *Öffentlichkeitsakteur*innen* wie Markus Wipperfürth lösten sehr gegensätzliche Wahrnehmungen aus, die auch einige der Interviewten ansprachen. Auf der einen Seite wurde seine Tatkraft und Hilfe, die Bereitstellung relevanter Informationen, seine Empathie mit den Betroffenen vor Ort und sein Streben, rasch auch an durch die Flutschäden schwer zugängliche Orte zu gelangen, als positiv wahrgenommen. Auf

der anderen Seite wurde seine kritische Haltung gegenüber Funktionsträger*innen als polarisierend betrachtet und kritisiert, dass er seine große Social-Media-Reichweite dafür missbrauche. Diese widersprüchlichen Äußerungen und Wahrnehmungen könnten als eine Folge eines sich vom journalistischen Professionsverständnis unterscheidenden Vorgehens dieses Akteurs interpretiert werden; sie standen jedoch nicht im Fokus der Interviews und wurden entsprechend nicht systematisch abgefragt.

Die Darstellung der emotionalen Verfasstheit der Betroffenen und ihrer Schicksale wurde unisono auch als eine Möglichkeit betrachtet, Rezipient*innen nahezubringen, was die Flut im Ahrtal hinterlassen hatte. Dies spielte nach Ansicht der Befragten eine große Rolle – neben der Bereitstellung von Informationen. Gerichtet an Betroffene, wurde eine solche *Informationsbereitstellung* als im Besonderen für Regionalmedien bedeutsam wahrgenommen.

Bei der Darstellung der Ereignisse war für alle befragten Akteur*innen eine *umfassende Berichterstattung* mit der Inklusion verschiedener Perspektiven und Themen ein Qualitätsmerkmal einer sachgerechten Berichterstattung.

Hinsichtlich der Frage nach *Schuld und Verantwortung* zeigten sich unterschiedliche Perspektiven. Auf der einen Seite wurde auf Seiten der Betroffenen und der Helfenden Frustration bezogen auf Funktionsträger*innen deutlich. Besonders zeigt sich dies auch in der Unzufriedenheit des Bürgermeisters von Bad Neuenahr-Ahrweiler mit der Landeskatastrophenschutzbehörde ADD. Auf der anderen Seite gab es auch Betroffene und Helfende, die die Schuldfrage als destruktiv, wenig relevant und nicht hilfreich sahen, allerdings verknüpft mit dem Hinweis darauf, es sei Sorge zu tragen, dass sich Vergleichbares nicht wiederhole. Und einige lobten Mitarbeitende und Funktionsträger in Behörden, Verwaltung, Polizei, Feuerwehr und Hilfsorganisationen für deren Einsatz.

Bezug zum Klimawandel war untergeordnet

Eine weitere Gemeinsamkeit in den Akteursgruppen ist die Einordnung des Themas *Klimawandel*. In der akuten Krise war für alle Interviewten ein Themenbezug zum Zusammenhang von Klimaveränderungen und Starkregenereignissen zweitrangig, gewann dann aber beim Wiederaufbau vor allem unter dem Aspekt Hochwasserschutz Bedeutung. Allerdings wurde von keiner Akteursgruppe ein umfassendes Anliegen formuliert, wie dies etwa Expert*innen empfehlen (zum Beispiel Zurich Versicherung, 2022), nämlich den Wiederaufbau konsequent an weiteren als Reaktion auf Klimaveränderungen naheliegenden Maßnahmen auszurichten.

Sowohl auf Seiten der Öffentlichkeitsakteur*innen als auch auf Seiten der Betroffenen und Helfenden vor Ort wurden *Unterschiede zwischen*

regionaler und deutschlandweiter Berichterstattung angesprochen. Je näher die Medieneinrichtungen am Ahrtal waren, desto mehr ging es um spezifische Relevanzen und Informationen für die Menschen vor Ort, was auch dem Servicecharakter einer regionalen Berichterstattung entspricht. Die Themenzugänge für ein deutschlandweites Publikum wurden als sehr allgemein und teilweise verfrüht wahrgenommen, wenn beispielsweise die Menschen, die mitten in den Aufräumarbeiten steckten, schon gefragt wurden, wann Weinfeste wieder starten.

Die unterschiedlichen Möglichkeiten der Berichterstattung je nach *Medienformaten* wurde ebenfalls von allen Akteursgruppen angesprochen und reflektiert. Reportagen und Magazine ermöglichen anders als die aktuelle Berichterstattung Raum für die Geschichten von Betroffenen und für emotionale Zugänge. Zudem können sie über längere Zeiträume erzählt werden.

Anknüpfend an die Empathie für die Menschen im Ahrtal und ihre Sorgen und Nöte sowie an den von den Öffentlichkeitsakteur*innen angesprochenen Auftrag, kontinuierlich, kritisch und sachgerecht über die Entwicklung im Ahrtal zu berichten, stehen Aspekte von *Empowerment*. Auf beiden Seiten – sowohl der Betroffenen und Helfenden als auch der Berichterstattenden – wurden konstruktive Themenzugänge als wichtig erachtet. Darunter wurde verstanden, in den Vordergrund zu rücken, wie die Menschen vor Ort zupackten, zusammenhielten, sich über Positives freuten wie zum Beispiel über wieder geöffnete Geschäfte oder erneuerte Infrastruktur. Auch das Vermitteln von Lösungen für Probleme gehörte dazu. Einige Interviewte beschrieben, dass Geschichten, die Menschen als handlungsfähig zeigten, auch andere Menschen vor Ort motivierten, zuversichtlich zu bleiben. Der direkte oder indirekte Aufruf zur Hilfe durch die Berichterstattung war ein weiterer von allen Akteursgruppen angesprochener wesentlicher Aspekt einer ermächtigenden und konstruktiven Berichterstattung.

Einig war man sich aber auch darin, dass der Fokus auf das Positive im Kontext der Katastrophe auch Grenzen haben muss. Fortschritte sollten zudem auch im Zusammenhang gesehen werden mit den Bereichen, die noch nicht gut laufen.

Dammbruch-Gerücht fand Glauben

Nicht explizit thematisiert wurde eine auf höhere Widerstandsfähigkeit für mögliche künftige Krisen gerichtete *Resilienz* als weiterem Aspekt von Empowerment; sie kam aber implizit zum Beispiel in dem Wunsch zum Ausdruck, dass Medien psychische Folgen und psychologische Fragen bezogen auf die Geschehnisse im Ahrtal öfter aufgreifen. Dazu könnte auch die Einordnung einer Reaktion gehören, die selbst Menschen, die die Region gut kannten, verängstigte, indem sie ein Gerücht glaubten, ein Damm in Dernau

breche, obwohl sie hätten wissen müssen, dass es dort gar keinen Damm gab. Der Schock der Flutnacht wirkte nach, indem sie das nicht mehr unterscheiden konnten, unmittelbar nachdem sie das Unglaubliche mitgemacht hatten. Ihnen fehlte das psychologische Grundwissen, eine solche nach Extremerlebnissen typische Reaktion einzuordnen und dadurch fähig zu sein, mit ihr umzugehen – ein Wissen, das auch Teil von Krisenkompetenz ist.

Implizit angelegt war auch, dass die Art zu kommunizieren beziehungsweise zu berichten sich in den unterschiedlichen Phasen der Krise veränderte und sich mehr und weniger deutlich an zentralen Punkten aus dem in Kapitel 3 beschriebenen CERC-Modell anlehnte. Diese Anlehnung noch stärker zu machen, könnte auch ein Ansatz für eine weitere Professionalisierung der Risiko- und Krisenberichterstattung sein.

Der Abgleich der Wahrnehmungen ergibt viele Übereinstimmungen bezogen auf die Fragen, die die Akteursgruppen umtrieben. Dies äußerte sich auch in der Erwartung der Betroffenen an eine Art von Berichterstattung, die eine differenzierte Professionalität voraussetzt. Auffällig war zudem, dass die Betroffenen den Anspruch an Journalist*innen stellten, auch die Rolle von Mithelfern zu übernehmen. Auf journalistischer Seite gingen die Einstellungen, ob man sich darauf einlassen sollte, auseinander. Und es fiel auf, dass es einige Unterschiede und Spannungsfelder gab – zum Beispiel die Erwartung von Betroffenen, dass die Journalist*innen viel Zeit mitbrachten, bei der oft übersehen wurde, dass deren Aufgabe, einen Beitrag zu produzieren, ebenfalls Zeit brauchte. Dies weist vor allem darauf hin, dass die jeweiligen Rollen und Arbeitsabläufe besser vermittelt werden sollten.

8 Die Berichterstattung vor und hinter den Kulissen der Flutkatastrophe: Erkenntnisse aus dem Vergleich der Leitfadeninterviews und der Medieninhaltsanalyse

In diesem Kapitel werden die Befunde der Analyse der Interviews und der Medieninhalte zusammengeführt. Somit werden die journalistischen Verständnisse und Arbeitsweisen, die Wahrnehmungen der Betroffenen und Helfenden im Flutgebiet sowie die tatsächliche Berichterstattung miteinander verglichen. Die Zusammenführung der individuellen Wahrnehmungen, die sich in den Interviews zeigen, mit den tatsächlich produzierten und veröffentlichten Medienbeiträgen ermöglicht ein umfassenderes Bild der Berichterstattung über die Flut und ihre Folgen. So ist es einerseits möglich abzugleichen, inwiefern die Berichterstattung hinsichtlich Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment sowie ihre Wahrnehmung einander entsprechen. Andererseits bieten die Interviews sowie die Vorgespräche Einblicke, die sich nicht in den Medienbeiträgen zeigen, insbesondere zu den Interaktionen hinter den Kulissen.

Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Kurz gefasst wurde aus den Interviews deutlich: Die Gemeinsamkeiten zwischen den vor den Kameras und Mikrofonen stehenden Betroffenen und Helfenden sowie jenen, die hinter den Kameras standen und die Interviews und Recherchen führten, betrafen insbesondere die Wahrnehmung der Herausforderungen, die durch die starke Zerstörung und die emotionalen Bewältigungsprozesse hervorgerufen wurden. Es zeigten sich aber auch Unterschiede bezogen auf die Erwartungen und die Ansprüche, die Betroffene und Helfende an die Berichterstattung stellten, und dem, was Öffentlichkeitsakteur*innen, ihrer Wahrnehmung nach, vor Ort leisten konnten. Produktionsbedingungen, wie Abgabefristen besonders in der aktuellen Berichterstattung, sowie inhaltliche und zeitliche Einschränkungen je nach Medienformat, setzten sowohl den Berichtenden als auch den Menschen, über die berichtet wurde, bestimmte Grenzen.

Die mediale Vermittlung der Flut und ihrer Folgen insgesamt hat vor Ort alle Personengruppen vor bis dahin unbekannte Herausforderungen gestellt und auch kontroverse Ansichten über diese Arbeit hervorgerufen. Die Art der Kritik an nicht-professionellen Öffentlichkeitsakteur*innen hat sich teilweise von der an klassischen Medien unterschieden. Den Nicht-Professionellen wurde deutlich stärker der Vorwurf gemacht, wenig unterschiedliche Sichtweisen zu zeigen, stark zu polarisieren und zu dramatisieren.

Die im Folgenden im direkten Gegenüber vertieft dargestellten Befunde der Medieninhaltsanalyse veranschaulichen, wie unter anderem Leitmedien im Print- und Rundfunkbereich die betroffenen Menschen und Helfenden vor Ort tatsächlich dargestellt haben und wie die Berichterstattung den Aspekten Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment folgte. Zu den die Interviewbefunde ergänzenden Analyseergebnissen der Flutberichterstattung gehört, dass sich Merkmale der klassischen Vorgehensweise zeigten, institutionell wichtige Personen ins Zentrum zu rücken und Betroffenen wenig Raum zu geben. Das traf aber nicht für das Magazinformat im Sample zu, wo Betroffene häufig auch direkt zu Wort kamen.

Ferner zeigte sich, dass die Rezipierenden durch lokale Medien anders angesprochen wurden als durch überregionale Medien. In den lokalen Beiträgen gab es beispielweise einen stärkeren Fokus auf Emotionen und auf Empowerment, etwa über konkrete Handlungsempfehlungen für die Menschen vor Ort, als in überregionalen.

Im Sample waren professionelle regionale und überregionale Medien, bei denen wir von zumindest durchschnittlichen beruflichen Standards ausgehen, und ein nichtprofessionelles Angebot. Wir weisen darauf hin, dass das Sample größer sein müsste, um belastbare Aussagen über nichtprofessionelle Medien zu treffen. Zudem kann sich eine Verzerrung ergeben, weil im Sample der Medieninhaltsanalyse keine Boulevardmedien untersucht wurden. Dies könnte ein Faktor dafür sein, dass bei den Ergebnissen der beiden Perspektiven aus Interviewanalyse und Medieninhalten viel Einklang vorliegt. Auch hier könnte weitere Forschung ansetzen. Auch das analysierte Sample für den direkten Abgleich zwischen Wahrnehmung und den Beiträgen, in denen Betroffene direkt vorkommen, ist relativ klein dimensioniert und hat nur exemplarischen Charakter (Kapitel 8.5).

Im Folgenden werden nochmals kurz die Bedingungen für die Berichterstattung für alle Personengruppen im zerstörten Gebiet aufgezeigt. Dann werden die Ergebnisse der Medieninhaltsanalyse und der Interviewanalyse hinsichtlich der drei Untersuchungseinheiten Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment sowie hinsichtlich der beteiligten Akteursgruppen miteinander verglichen und Anknüpfungspunkte sowie Unterschiede erläutert. Eine weitere Vertiefung erfolgt durch den erwähnten Abgleich zwischen Wahrnehmung und den Beiträgen, in denen Betroffene direkt vorkommen, und durch den Fokus auf die Akteursperspektive im WDR-Magazinformat *Aktuelle Stunde*.

8.1 Die Situation vor Ort: Die Auswirkungen der Flut auf Betroffene, Helfende und Berichtende

Die Beeinträchtigungen der *Infrastruktur und Kommunikationsmöglichkeiten* war nicht nur für Betroffene und Helfende sehr einschneidend, sondern sie erschwerten auch den Öffentlichkeitsakteur*innen ihre Arbeit im Flutgebiet.

Alle waren in einer Ausnahmesituation

Das Thema der *kommunikativen Abgeschiedenheit* in den ersten Tagen nach der Flut zeigt sich wie in den Interviews auch in den Medienberichten und umfasst auch die Rolle der sozialen Medien beim Koordinieren von Hilfen vor Ort. Die Wahrnehmung der *Ausnahmesituation* wird sowohl in den Interviews als auch in der Medieninhaltsanalyse deutlich, unter anderem in Vergleichen mit Kriegen und anderen Naturkatastrophen wie einem Tsunami.

Die Herausforderungen der Zerstörungen und des Leids, das die Flut auslöste, brachte Öffentlichkeitsakteur*innen in Konflikt mit dem klassischen Rollenverständnis: Sollten sie nur beobachten oder auch anpacken? Oder fallweise entscheiden? Das kam in den Interviews zum Ausdruck, und die Medieninhaltsanalyse bestätigte, dass Merkmale, die auf verschiedene journalistische Selbstverständnisse hinweisen, nebeneinanderstehen. Gefunden haben wir Berichte mit konstruktiven und anwaltschaftlichen Elementen, in denen aber auch eine journalistische Distanz gewahrt wird; Berichterstattungsbeispiele, bei denen das Schwergewicht auf der Informationsfunktion liegt; und solche, die besonders soziale Funktionen bedienen, also Elemente aus Konzepten wie dem des anwaltschaftlichen und des konstruktiven Journalismus verwenden. Solche eigentlich gegensätzlichen Elemente ergänzen sich also. Wir sehen auch, dass Rollenbilder immer wieder einzeln ausgehandelt werden und nicht einheitlich verankert sind. Konstruktiver Journalismus und Informationsjournalismus sind nicht unbedingt konträr, sondern komplementär.

Zudem entstanden neue Anforderungen an die Öffentlichkeitsakteur*innen. So beantworteten sie auch *Informations- oder Hilfsanfragen* und wurden selbst zu Anlaufstellen für Betroffene und Helfende. Diese zusätzliche Servicefunktion wird in den Medienbeiträgen nicht direkt thematisiert, sondern kommt nur mittelbar vor: Medienorganisationen publizierten beispielsweise *Spendenaufrufe*, und manche spendeten durch eigene karitative Einrichtungen (zum Beispiel die Stiftung stern) an Organisationen und Personen im Ahrtal.

Ein Hinweis in einem Medienbeitrag auf die vielen eingehenden Anfragen zu Hilfen lässt erahnen, wie es im Hintergrund in den Redaktionen teilweise zuging:

> „Im Minutentakt erreichen die Redaktion Anfragen, wie Menschen Betroffenen helfen können. Deswegen haben sich die drei großen Kölner Medien *Kölner Stadt-Anzeiger*, *Kölnische Rundschau* und *Express* und ihre Verlage mit den beiden großen Geldinstituten Sparkasse KölnBonn und Kreissparkasse Köln zusammengetan und rufen zu Spenden für die Flutopfer auf.“ (*Kölner Stadt-Anzeiger*, 2021.07.17)

In den Interviews sowie in den Medienbeiträgen wurden auch die *Schwierigkeiten von Hilfsak-*

tionen und von unpassenden Sach-Spenden, die nicht gebraucht wurden, deutlich.

Viele Journalist*innen wollen sich nicht selbst zum Thema machen

Ein weiterer Aspekt, der vor Ort in der Berichterstattung eine Rolle spielte, waren eigene *emotionale Belastungen*, die die Öffentlichkeitsakteur*innen in den Interviews und Hintergrundgesprächen deutlich angesprochen haben. Ihre psychischen Herausforderungen und das Teilen von Emotionen wurden somit besonders durch den Blick hinter die Kulissen deutlich, die wir über die Interviews bekommen haben, in der Inhaltsanalyse zeigten sie sich so nicht. Dieser Befund verdeutlicht nicht nur die Limitationen dieser Methode, sondern auch, dass Mitgefühl und eigene Belastungen vor allem aus dem Anspruch vieler Journalist*innen heraus, sich nicht selbst zum Thema zu machen, kaum in Medienbeiträgen dargestellt wurden.

Das Thema der emotionalen Herausforderungen, mit denen alle Personengruppen konfrontiert waren – die Betroffenen wie die Helfenden und die Berichtenden – leitet über zum nächsten Kapitel. Mit der Untersuchungseinheit der Empathie gingen wir der Frage nach, inwiefern Emotionen, Mitgefühl oder Verständnis ein Bestandteil der Interaktionen zwischen den Menschen vor Ort und den Berichtenden sowie der Berichterstattung war. Zudem ging es darum herauszufinden, welche Aspekte von Empathie diesen Personengruppen wichtig waren.

8.2 Empathie: Welche Rolle spielen Emotionen im Umgang mit betroffenen und helfenden Menschen vor Ort und in ihrer medialen Darstellung?

In Medienberichten und in den Interviews wurde deutlich, dass es, wie auch in Kapitel 3 beschrieben, Traumata und andere psychologische Problematiken gab. Die Berichterstattung in und von Krisen- und Katastrophengebieten forderte eine besondere *Sensibilität* der Berichterstattenden im Umgang mit den Menschen vor Ort. Alle waren emotionalen Belastungen ausgesetzt, die auch traumatisierend wirken konnten. Neben den Dauereinsätzen und dem Bergen von Opfern, konnten Frustration, Ängste und Hoffnungslosigkeit der Anwohner*innen sich auf andere übertragen und sie einer sogenannten sekundären Traumatisierung aussetzen.

Besonders in den ersten Tagen und Wochen nach der Flut konnten die Öffentlichkeitsakteur*innen Menschen begegnen, die unter Schock standen oder emotional sehr aufgebracht waren. Dies konnte in Abwehrreaktionen und sogar in Feindseligkeit gegenüber den Berichtenden münden. In der *Aktuellen Stunde* vom 19. Juli 2021 wurde berichtet, wie ein Kamerateam angegriffen wurde. Sonst zeigte sich nur wenig von dieser Feindseligkeit in den Berichten. In einem eher milderen Ton fand die Müdigkeit der Betroffenen gegenüber den Medien Eingang in die Veröffentlichungen:

„Solche Geschichten spielen sich an jeder Ecke ab, die Menschen in Schuld, das war gestern auch zu spüren, waren bei aller Freundlichkeit irgendwann müde, ihre Geschichte zu erzählen. ‚Ja, mir gehört das Haus. Aber ich habe jetzt keine Zeit für Sie.'" (*Focus*, 2021.07.16)

Einen Eimer voller Schlamm vor die Füße geschüttet

Auch in den Interviews gab es wenige explizite Äußerungen über starke Abwehrreaktionen der betroffenen Menschen vor Ort; ein Beispiel beschrieb Marius Reichert (WDR), und zwar erwähnte er Menschen, die wohl aus Schock und Verzweiflung handelten und „Journalisten demonstrativ einen Eimer voller Schlamm vor die Füße geschüttet haben".

In der Medieninhaltsanalyse sowie in den Interviews mit allen Personengruppen fanden sich Belege dafür, dass die Berichterstattung positiv aufgenommen wurde. In den Interviews zeigte sich, dass Öffentlichkeitsakteur*innen ein offenes Ohr für Betroffene und Helfende hatten, dass ihre Berichterstattung Hilfsorganisationen half, Spenden und Hilfe zu akquirieren, sowie Betroffenen, die die Dringlichkeit der Lage im Ahrtal vermitteln wollten. Hier folgt ein Beispiel aus der analysierten Medienberichterstattung für diese positiven Einstellungen gegenüber der Aufmerksamkeit, die durch die Medienvertreter*innen zu erlangen war:

„‚Ich finde es gut, auch dass viel Presse hier ist, so versteht die Welt besser, was passiert ist', sagt ein Mann aus dem niederländischen Delft, der seit fast fünf Jahren mit seiner Frau in Schuld wohnt." (*Kölnische Rundschau*, 2021.07.19)

Ein weiterer Aspekt von Empathie ist das *Mitfühlen* mit Betroffenen. An diesem Punkt unterschieden sich die Medienbeiträge und die Interaktionen vor Ort, die in den Interviews deutlich wurden. Das in den Interviews immer wieder beschriebene intensive Mitfühlen von Berichtenden mit betroffenen Menschen zeigte sich so in der Medieninhaltsanalyse nur selten, wurde aber thematisiert. Der Anteil von 12,6 Prozent der untersuchten Beiträge, in denen Journalist*innen Bewertungen der Emotionen vornehmen, also in den Beiträgen „mitfühlen", ist schwer einzuordnen.

In den Interviews spiegelte sich ein affektives, also gefühlsbetontes Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsakteur*innen und Betroffenen beziehungsweise Helfenden wider. Für eine genauere Einschätzung müsste differenziert werden, was genau unter „affektiv" zu verstehen wäre (siehe auch Kapitel 3). Das beschriebene Mitgefühl, also die affektive Empathie, mutete authentisch an: Es gab keine Hinweise darauf, dass die Journalist*innen vor allem Mitgefühl zeigen wollten, um sich selber gut zu fühlen. Dieser Eindruck galt auch für die teilweise live im Studio oder mit Reporter*innen vor Ort interagierenden Moderatoren im WDR-Magazin *Aktuelle Stunde*. Aus den Medienberichten lassen sich an diesem Punkt

weitere Schlussfolgerungen nicht ableiten, weil, wie erwähnt, professionsethisch begründet das eigene Befinden weitgehend ausgeblendet wird.

Durch unser Sample der Interviewpartner*innen wurde deutlich, dass Emotionen und Mitgefühl hauptsächlich hinter den Kulissen geteilt wurden und besonders in den Interaktionen zwischen Berichtenden und den Menschen vor Ort bedeutsam waren; dazu gehört auch der Hinweis einer Akteurin aus der Helfenden-Gruppe, bei ihrer Beratungsstelle hätten auch Reporter*innen psychologische Unterstützung gesucht.

Dies zeigt wiederum die methodischen Grenzen der Inhaltsanalyse, die sich auf manifeste Aussagen beschränkt, und stützt die Sinnhaftigkeit des Mehrmethoden-Forschungsdesigns.

Aufgelöst in Tränen: Vor allem Printmedien zeigen schutzbedürftige Emotionen

Ein ganz anderer, einschränkender Aspekt von Mitgefühl ist das *Ausnutzen* starker Emotionen durch Berichterstattende. Relativ wenige Medienbeiträge zeigten schutzbedürftige Emotionen der Betroffenen, wenn sie etwa aufgelöst in Tränen vor den Trümmern ihrer Existenz standen oder davon berichteten, wie sie alles verloren hatten. In den untersuchten Zeitungen fanden wir in 13,8 Prozent der Berichte schutzbedürftige Emotionen, in der *Tagesschau* und bei *WippiTV* wird über sie so gut wie gar nicht berichtet. In den Interviews hingegen zeigte sich dieses *Ausnutzen* an verschiedenen Stellen. Betroffene und Öffentlichkeitsakteur*innen sprachen den Katastrophentourismus an: Menschen bereisten das Ahrtal, um sich die Lage vor Ort und die Betroffenheit der Menschen persönlich anzuschauen, ohne zu helfen. Dazu zählt auch, dass manche Medien Schicksalsschläge ausnutzten, um so eine hohe Auflage zu erzielen. Oder sie beobachteten, wie Betroffenen Geld bezahlt wurde, damit sie ihre Geschichte erzählten.

Die professionelle Ausrichtung auf Distanzwahrung setzt dem Mitgefühl mit Betroffenen und Helfenden vor Ort, wie beschrieben, Grenzen, dient aber auch dem Selbstschutz. Aussagen aus den Interviews illustrierten dies. Verschiedene Berichterstatter*innen sprachen von der Notwendigkeit, *Distanzierungsstrategien* zu haben oder sie zumindest in einer solchen Ausnahmesituation zu entwickeln. Dazu gehörte, sich nach Hause zurückzuziehen, mit Freunden und Familie zu reden, Pausen beim Dreh oder Pausen von der Arbeit einzulegen.

Mit der von Journalist*innen oft als handlungsleitend angesprochenen Distanz verknüpft war zudem eine *Sorge vor zu viel emotionaler Nähe*. Diese zeigt sich auch in den oben vorgestellten Rollenkonflikten. Sobald die eigene Emotionalität in den Vordergrund gerate, werde man zum Akteur und dies, so denke sie, irritiere die Zuschauer*innen, erläuterte Renata Sappert (SWR) im Interview. Und schließlich setzte dem Mitfühlen mit Betroffenen und Helfenden auch Grenzen, dass niemand in Gänze eine tatsächliche

persönliche Betroffenheit nachempfinden kann. Auch nicht, wenn sich die Reporter*innen Zeit nahmen und sich für die Lage der Betroffenen interessierten.

Was überregionale und regionale Medien unterschied

Ein weiterer Aspekt der Frage nach Empathie oder Distanz ist die Art der *Darstellung von Emotionen* in der Berichterstattung über die *verschiedenen Personengruppen*. Als negative Emotionen wurden dabei zum Beispiel Wut, Trauer, Fassungslosigkeit, Schock codiert, als positive Emotionen zum Beispiel Freude, Überwältigung (im Sinne von Begeisterung über die Hilfsbereitschaft), Hoffnung, Optimismus und Lob. In den Befunden der Medieninhaltsanalyse der Zeitungen zeigt sich, dass Betroffene (positiv: 8,7 %, negativ: 34,2 %), Verantwortliche (positiv: 8,2 %, negativ: 24,5 %) und Helfende (positiv: 7,7 %, negativ: 17,9 %) am häufigsten mit ihren Emotionen gezeigt wurden, und dabei – erwartbar in einer solchen Katastrophe – vor allem mit negativen. Im Vergleich von regionaler und überregionaler Presse zeigte sich, dass die Emotionen der Helfenden (positiv: 7,9 %, negativ: 20,7 %) vor allem in der regionalen Presse eine Rolle spielten, jedoch in der überregionalen Darstellung kaum und dass sich das Verhältnis von positiven und negativen Emotionen sogar umdrehte. In der *FAZ* dominierte leicht die Darstellung positiver Emotionen der Helfenden. Die *Tagesschau* zeigte Emotionen lediglich bei den Betroffenen (negative Emotionen: 21,1 %) und bei den Verantwortlichen (positiv: 3,5 %, negativ: 10,5 %). Ansonsten wurden keine Personengruppen mit ihren Emotionen akzentuiert.

WippiTV zeigte Emotionen eigentlich nur bei den Helfenden. In den Videos des Youtube Kanals von Markus Wipperfürth fiel zudem auf, dass mehr positive (46,7 %) als negative (26,7 %) Emotionen der Helfenden vorkamen und er insgesamt bezogen auf diese Personengruppe in einem großen Teil seiner Beiträge Emotionen zeigte.

Emotionen von *Verantwortlichen*, die als Akteur*innen einen relativ großen Raum in den Veröffentlichungen einnahmen, wurden in einem Drittel der Zeitungsartikel, in denen sie auftraten, dargestellt. Dies erklärt sich aus ihrer prinzipiell wichtigen Rolle in den Berichten, die auch deren Emotionen einschließt. Indirekt vermittelt, könnten diese zudem bei Betroffenen und Helfenden vor Ort nochmals Empathie erzeugen.

Ein weiterer Aspekt ist die Thematisierung der *emotionalen Belastungen* von Helfenden. Ihre Überforderung und Erschöpfung wurden in den Medienberichten thematisiert, ebenso die Vielfalt und der große Umfang der Hilfe sowie die Notwendigkeit von Hilfen für Helfende.

> „Die Bilder von komplett zerstörten Dörfern und die vielen menschlichen Schicksale, mit denen die Helfer konfrontiert werden, könnten viele Mitarbeiter traumatisieren. Dem

sind sich die SWB[11] bewusst. Man unterstütze die am Ort tätigen Mitarbeiter ‚selbstverständlich mit Sonderurlaub und anderen intern eingerichteten Hilfsangeboten', beteuert der Wasserversorger auf Anfrage unserer Zeitung. Auch Westnetz[12] hat nach eigenen Angaben betriebsinterne psychologische Betreuungsangebote eingerichtet." (*Rhein Zeitung, 2021.07.16*)

Psychosoziale Unterstützung für Helfende

In einem anderen Beitrag (*Rhein Zeitung, 2021.07.17*) kommt Ingo Lehmann, Krisenmanager des DRK-Kreisverbandes Neuwied, als Experte zu Wort.

„Ganz wichtig ist ihm, für seine Helfer eine psychosoziale Notversorgung anzubieten. ‚Die haben in der Nacht ganz schauerliche Geschichten erzählt, wo sich schon vom Zuhören die Nackenhaare gesträubt haben', erzählt Lehmann. Besonders die vielen Toten machen den Helfern zu schaffen. ‚Das ist wie im Krieg. Was wir hier im Hintergrund machen, ein bisschen telefonieren und uns die Nächte um die Ohren schlagen, ist nichts dagegen.'" (*Rhein Zeitung, 2021.07.17*)

Aus diesen in den Medienberichten ersichtlichen emotionalen Herausforderungen und Traumata der Helfenden ergibt sich als künftige Forschungsfrage, inwiefern die Berichtenden dabei parallel eigene psychische Herausforderungen mitverhandeln und reflektieren. Sich selbst als Öffentlichkeitsakteur*innen nicht zum Thema zu machen, korrespondiert mit einem klassischen Rollenverständnis, das auch in den Interviews angesprochen wurde. Aber insbesondere Reportage-Formate eröffnen Varianten, die nicht in einen Konflikt zu diesem Verständnis bringen, aber Berichtenden Raum geben, als Augenzeug*innen ihre Eindrücke zu schildern. So zum Beispiel setzte dies Frank Gerstenberg, der in den ersten Tagen und Wochen nach der Flut für *Focus online* und den *Stern* aus dem Ahrtal berichtete, in seinen Reportagen um. Er zeigte anhand der Darstellung von Einzelpersonen, wie tief der Schock in der Region saß und betonte damit die Dramatik:

„Neben der völlig zerstörten Pizzeria steht eine junge Frau auf einem kleinen Berg Geröll. Sie schaut minutenlang gebannt auf die Bagger und Trecker, die vor dem Hotel Restaurant ‚Zum Ahrtal' direkt an der Fluss-Biegung, an der die Ahr mehrere Häuser weggerissen hat, Schutt, Schlamm, Baumstämme, Anhänger, Treppengeländer wegschaufeln. Es ist nicht klar, ob sie weint." […] „Am Mittwochabend stieg gegen 18 Uhr plötzlich das Wasser. ‚Wir

11 Stadtwerke Bonn (SWB), https://www.stadtwerke-bonn.de/.
12 Westnetz GmbH, https://www.westnetz.de/de.html.

haben noch versucht, die Möbel nach oben zu tragen, aber wir hatten keine Chance.‘ Rainer Michels zeigt auf die Decke im Erdgeschoss. ‚So hoch standen Wasser und Schlamm.‘ Das Wasser hat die Garage aufgedrückt. Der silberne Opel ist zerquetscht. Das Ehepaar flüchtete auf den Speicher und harrte dort die Nacht über aus. ‚Wir haben der Feuerwehr immer wieder gewunken, aber es kam niemand.‘ Sie habe die ganze Nacht über geweint, erzählt ihr Mann.“ (*Focus, 2021.07.16*)

Wurden in Medienberichten emotionale Betroffenheit und Belastungen der Öffentlichkeitsakteur*innen transportiert, dann erfolgte dies zumeist unter dem Aspekt der Zeug*innenschaft. Im untersuchten Material zeigten sich einzig im WDR-Magazin *Aktuelle Stunde* einige Male die Moderator*innen oder Journalist*innen selbst emotional und mit Betroffenen interagierend. Journalist*innen bewerteten selbst die Situation („Eindrücke sind unfassbar“ 15. Juli 2021) und sprachen ihr Mitgefühl aus: „Begegnungen haben mich sprachlos, fassungslos, extrem traurig gemacht“ (16. Juli 2021). Ein Journalist wünschte den Betroffenen alles Gute, und zeigt seine Freude über die Solidarität und die immense Hilfe in den betroffenen Gebieten (Sendung vom 18. Juli 2021).

In den Interviews mit Helfenden wurden deren emotionale Belastungen zum Beispiel durch die Erinnerung an das Bergen von Toten etwa durch stockendes Sprechen und Weinen beim Erzählen vermittelt. Ein weiterer Aspekt eines besonderen Feingefühls ist das in den Interviews mit den Öffentlichkeitsakteur*innen angesprochene *Mitdenken für Menschen*, die unter Schock standen, sowie ein besonders vorsichtiger Umgang mit Betroffenen, die nicht medienerfahren waren. Man müsse, ehe man einen O-Ton aufnehme und eine emotionale Reaktion öffentlich mache, hinterfragen, ob eine Person, die da weine oder fluche, traumatisiert sei und ob sie überhaupt realisiere, was sie sage, schilderte Michael Lang (SWR).

Schluchzend und orientierungslos

Die interviewten Öffentlichkeitsakteur*innen sprachen wiederholt über Fälle, in denen entschieden wurde, Interviews nicht zu publizieren. Es gab aber – nicht von diesen – de facto Medienbeiträge, die Betroffene unter Schock aus der Zeugenperspektive in den Blick nahmen.

„Schluchzend und orientierungslos läuft die ältere Frau immer wieder über die Hauptstraße von Schuld, das 700-Seelen-Dorf an der Ahr, das ihre Heimat war. Immer wieder bleibt sie stehen, greift wie mechanisch zu ihrem Smartphone, fassungslos über das Ausmaß der Verwüstung. Ein zerborstenes Klavier, das der Fluss mitgerissen hat, die Ladeneinrichtung der Landbäckerei Schlösser, aus deren Fenster der Unrat quillt, den der scheinbar so friedliche Fluss mit voller Wucht hineingedrückt hat. Das Smartphone schafft Distanz zu der Katastrophe, die den friedlichen Ort am Mittwochnachmittag um kurz nach vier heimgesucht hat.“ (*Kölnische Rundschau, 2021.07.16*)

In dem hier zitierten Beitrag wird die Frau nicht direkt zitiert oder interviewt, sondern von außen durch den Berichtenden beschrieben, der als Zeuge agiert.

Das *direkte Abbilden tatsächlicher Emotionen* der Menschen vor Ort war zudem ein Aspekt, den sowohl Betroffene und Helfende als auch Berichtende als Teil der Wirklichkeit und damit als wichtigen Bestandteil einer sachgerechten Darstellung thematisierten.

Zurückhaltung hat Vorrang

Hinsichtlich des exponierenden *„Draufhaltens“* von Kameras oder Mikrofonen auf Betroffene und ihr Leid äußerten die Öffentlichkeitsakteur*innen in den Interviews *Zurückhaltung*. Auch bezogen hierauf wurde öfter die Entscheidung gefällt, Interviews nicht zu veröffentlichen. Das galt auch für das Zeigen von Betroffenen und persönlichen Gegenständen, die die Flut angeschwemmt hatte. Diese Zurückhaltung eines voyeuristischen Blicks auf das Leid betroffener Menschen vor Ort oder sogar auf Todesopfer zeigt sich ebenfalls in den untersuchten Medienbeiträgen.

Es gibt kaum Beispiele für Menschen, die in besonders schutzbedürftigen Situationen mit ihren Emotionen gezeigt wurden; und wenn dies erfolgte, dann zurückhaltend, wie etwa hier: „‚Das ist ja wie nach einem Erdbeben‘, sagt sie im Gespräch mit dem völlig erschütterten Bürgermeister Helmut Lussi, tröstet ihn, als er in Tränen ausbricht“ (*Rhein Zeitung, 2021.07.19*). Auch, wenn Gruppen in besonderer Art und Weise gemeinsam trauern, kann dies hier als schutzbedürftig gelten. Ein Beispiel: „In der Stadt sah man dann viele verzweifelte, weinende Menschen, deren Nervenkostüm endgültig versagte.“ (*Rhein Zeitung, 2021.07.19*)

Dramatisierungen und damit das Übersteigern von Emotionen ins Spektakuläre, Katastrophale beziehungsweise zur Tragödie fanden wir in knapp 30 Prozent der Printbeiträge. Auch die Interviewten sprachen das Thema Dramatisierungen an. Hierbei nannten sie besonders die teilweise noch angeheizte große Wut gegenüber Verantwortlichen in Zusammenhang mit der Frage nach der Schuld sowie Beispiele für ein Medienverhalten, das sie als sensationsorientiert wahrnahmen. Guido Orthen, der Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler, empörte sich darüber, dass die *Bild*-Zeitung von ihm Suizidzahlen und Namen wollte. Klaus Angel, selbst betroffen sowie Öffentlichkeitsakteur, schilderte eine Erfahrung mit einem Reporter, dem er von einem Feuerwehrmann erzählt hatte, dessen letzte SMS er, Angel, bekommen hatte und in der stand: „Wollt ihr nicht mal anfangen, uns zu evakuieren?“ Dieser Mann sei mitsamt seiner Familie umgekommen. Der Reporter aber habe von da an immer wieder auf diese Geschichte gepocht, wollte Details wissen, das sei ihm sehr unangenehm gewesen.

Einzelschicksale sollen die Dramatik vermitteln

Bei der Darstellung von Emotionen und Leid der betroffenen Menschen in den zerstörten Gebieten ist die *Einzeldarstellung persönlicher Erlebnisse und Emotionen* ein weiterer Aspekt, der sowohl in der Medieninhaltsanalyse als auch in den Interviews eine Rolle spielte. In den Interviews beschrieben Öffentlichkeitsakteur*innen, dass sie persönliche Geschichten auch als Mittel zur Veranschaulichung und Vermittlung von allgemeinen Informationen sehen, mit denen sie die Rezipient*innen besser erreichen können. In den untersuchten Medienberichten bestätigte sich, dass oft Einzelschicksale herangezogen wurden, um Emotionen und Dramatik zu vermitteln und Empathie zu erzeugen. Wiederum unterschieden sich regionale und nationale Perspektiven. In der *FAZ* fanden sich keine Einzelschicksale, in der *Tagesschau* wurden in 17,5 Prozent der Beiträge Betroffene als Einzelpersonen dargestellt, im Zeitungsmaterial beträgt der Anteil 32,1 Prozent.

Manche wollen nicht als Opfer dargestellt werden

Ein weiterer Aspekt zum Untersuchungsthema Empathie ist, dass manche Betroffene nicht wollten, dass über sie oder über ihr kaputtes Haus berichtet wurde und sie als Opfer gezeigt wurden, so als sei alles komplett verloren. Die Analyse der Medienbeiträge unterstützte diesen Befund aus den Interviews. In den Medienbeiträgen wurden die Betroffenen nicht stark in einer Opferperspektive dargestellt; teilweise wurde erwähnt, dass die Betroffenen nicht als Opfer dargestellt werden möchten. Der Begriff Opfer wurde häufig bezogen auf Tote und Hilfeleistungen für die Flutopfer verwendet. In etlichen Beiträgen erhielten die Aspekte Selbstbefähigung und Handlungsfähigkeit der Betroffenen Raum, zum Beispiel durch gelungene Rettungsaktionen und damit durch ein Gegenbild zur „Opfer"-Zuschreibung.

Die in den Beiträgen zitierten Betroffenen verwiesen außerdem häufig auf das *Leid anderer* und relativierten damit ihr eigenes Leid und ihre eigene Betroffenheit. Andere habe es noch härter getroffen, sie hätten alles verloren; im schlimmsten Fall das eigene Leben oder Angehörige oder Freunde. Solche Hinweise auf andere und auf die eigene Nicht-Betroffenheit bei „nur" materiellen Schäden zeigte sich auch in den Interviews:

> „Also wir haben das Glück, dass wir tatsächlich mit dem Gebäude nicht betroffen sind. Wir haben nur Weinberge im sechsstelligen Bereich verloren. Ich sage jetzt mal nur, weil viele denken, wir sind gar nicht betroffen, also wir sind schon auch nicht ganz unerheblich betroffen, aber [wir] fühlen uns bis heute nicht als Betroffene." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Ein weiterer Aspekt der Medieninhaltsanalyse sind die *Unterschiede* der Darstellung von Emotionen in der *lokalen und überregionalen Berichterstattung* für den Faktor Empathie. Die Emotionen der Helfenden, vor allem die negativen, wurden verstärkt in der lokalen Presse

veröffentlicht. Die *FAZ* berücksichtigte diese nur wenig und schenkte sogar den positiven Emotionen mehr Aufmerksamkeit (Tabelle 2).

Die Grenzen des Zeigbaren

Ein weiterer Aspekt von Empathie, der sich in den Interviews sowie in der Medieninhaltsanalyse niederschlug, sind die *Grenzen des Zeigbaren*. Die Szenen vor Ort in der Woche nach der Flut wurden oft als unfassbar, kaum in Worte zu fassen und die eigene Vorstellungskraft übersteigend beschrieben: „unfassbares Leid“ (*Kölnische Rundschau, 2022.07.14*); „‚Die Bilder der Naturkatastrophe übertreffen meine Vorstellungskraft und haben mich sehr berührt‘, sagte Krämer[13]“ (*Rheinische Post, 2021.07.20*). Reporter*innen, die im Flutgebiet waren und die Ausmaße der Zerstörung selbst gesehen und darüber berichtet haben, verwiesen in den Interviews zum Beispiel darauf, dass die Bilder im Fernsehen schon „katastrophal und furchtbar“ seien. Sie aber vor Ort zu sehen, sei „noch mal was ganz anderes“ (Angela Ebhardt, ZDF).

Die Grenzen des Zeigbaren spiegelten sich insgesamt in unserem Untersuchungsmaterial wider, indem kaum eine unverhältnismäßige Zurschaustellung des Leids von Kindern und Jugendlichen vorkam oder ein Ausschlachten von privaten Details, die nicht von öffentlichem Interesse waren. Das lässt auf eine hohe Empathie und ein professionelles, verantwortungsethisches Bewusstsein der Journalist*innen schließen, die als Interviewte oder in der Inhaltsanalyse über ihre Beiträge repräsentiert waren. In

Tabelle 2:
Darstellung von Emotionen – lokal und überregional

Emotion Helfende	**Lokale Presse**	**FAZ**
Keine Emotion	71,3	90,6
(Überwiegend) positive Emotion	7,9	6,3
(Überwiegend) negative Emotion	20,7	3,1
Gesamt	**100**	**100**

Quelle: Eigene Darstellung.

13 Die *Rheinische Post* zitiert hier Stefan Krämer, den Vorsitzenden der Geschäftsführung der Energie & Umwelt Niederrhein (Enni).

allen untersuchten Medien wurden besonders schutzbedürftige Emotionen von Betroffenen so gut wie nicht gezeigt. Günther Uhl aus Ahrweiler beschrieb im Betroffenen-Interview, dass zwei Kinder auf dem Rücksitz eines Autos gefunden wurden, das offenbar abgetrieben war; dieser Anblick bleibe ihm in Erinnerung. Aber die Presse habe diese Geschichte „nicht ausgeschlachtet". Daniel Robbel (*Blick Aktuell*) schilderte ebenfalls im Interview, dass er

> „mit einer guten Bekannten am Friedhof gestanden habe und da wurden die ganzen Bestatteten wieder hochgespült und neue Leichen draufgeschwemmt. […] und wir sagen uns heute, gut für unser Seelenheil, für unsere Psyche, dass wir das nicht gesehen haben."

Auf die vergleichenden Befunde zu Darstellung und Vermittlung von Empathie folgen nun die Befunde bezogen auf die Untersuchungsebene der Sachgerechtigkeit.

8.3 Sachgerechtigkeit: Welche Rolle spielt sie im Umgang mit betroffenen und helfenden Menschen vor Ort und ihrer medialen Darstellung?

Als sachgerecht gilt Berichterstattung dann, wenn sie zentralen berufsethischen Richtlinien, wie sie etwa im Pressekodex niedergelegt sind, folgt, wenn also verfügbare Fakten und Quellen sorgfältig geprüft und transparent gemacht werden, unterschiedliche Sichtweisen auf faire Weise dargestellt und Personen oder Einrichtungen, gegen die Vorwürfe erhoben werden, Stellung nehmen können. Als sachgerecht generell gilt, Problem- und Sachlagen möglichst vorurteilsfrei und vollständig zu analysieren und zu bewerten.

Eine Gemeinsamkeit, die sowohl in den Interviews als auch in der Medieninhaltsanalyse deutlich wird, ist der Unterschied zwischen *lokaler und überregionaler Berichterstattung* hinsichtlich Sachgerechtigkeit. In der quantitativen Medieninhaltsanalyse zeigte sich, dass der Fokus der *FAZ* als überregionale Zeitung stärker auf *Hintergründen* und Rekonstruktionen der Flut lag sowie auf allgemeinen Angaben, was in welchen Gebieten passiert war. Die Folgen der Flut waren weniger stark im Blick als das Thema Hilfe. Ferner gibt es einen Unterschied in dem Raum, den die verschiedenen *Personengruppen* in den Medienberichten einnehmen. In der *FAZ* lag der Fokus mehr auf den Verantwortlichen, die in 34,4 Prozent der Artikel vorkamen, und in der lokalen Presse mehr auf den Betroffenen, die in 30,5 Prozent der Artikel vorkamen. Im Gegensatz dazu wurden über den privaten Öffentlichkeitsakteur Markus Wipperfürth und seinen Kanal *WippiTV* vor allem Helfende dargestellt.

Kritik am großen Sprechanteil der Verantwortlichen

In den Print-Medienbeiträgen insgesamt haben *Verantwortliche* den größten Sprechanteil. In 45,9 Prozent der Artikel kamen sie mit eigenen Sprechanteilen vor. Dies zeigt ein klassisches

Muster einer Berichterstattung, in der vornehmlich auf offizielle Quellen gesetzt wird und vor allem Politiker*innen häufig zu Wort kommen. Stimmen aus der Bevölkerung waren dagegen eher marginalisiert. Erwartbar war, dass sich bei der *FAZ* ein noch stärkerer Fokus auf Verantwortliche (direkte Zitate in 59,4 % der Artikel der *FAZ*) zeigte als in der lokalen Presse. Dieses Muster zeigt sich auch in der *Tagesschau*: Verantwortliche kamen in zwei von drei Beiträgen zu Wort (29,8 % direkt mit Original-Ton, 14 % mit indirektem Zitat). Betroffene (42,1%) und Helfende (43,9 %) kamen in der *Tagesschau* besonders oft indirekt vor, ohne selbst zu Wort zu kommen.

Dieser Fokus auf Verantwortliche und Politiker*innen wurde auch von den Interviewpartner*innen angesprochen und kritisiert, hier vor allem von Helfenden und Betroffenen. Michaela Wolff (*Fluthilfe-Ahr e. V.*) erzählte von Terminen, zu denen Politiker*innen und Journalist*innen ins Ahrtal kamen: „Da waren halt dann die Leute zum Gespräch geladen, die was Positives zu berichten hatten." Aber das sei nicht das vollständige Bild, da werde in der Wahrnehmung der Menschen vor Ort die tatsächliche Situation „total verharmlost". Auch die Öffentlichkeitsakteur*innen reflektierten im Interview ihre Rolle und die Berichterstattung beim Besuchen offizieller Pressetermine. Man müsse selbst schauen, was wichtig sei, wo es voran gehe, wo nicht, erläuterte Michael Lang (SWR), und prüfen: „Wo hilft ein Politiker-Versprechen, wo gar nichts?"

Ein anderer Aspekt im Zusammenhang mit *lokaler und überregionaler Sachlichkeit* ist deren Auslegung. Welche Informationen als relevant verhandelt werden, ist auch abhängig von ihrer Reichweite. Das äußerten in den Interviews alle befragten Personengruppen. Auch noch nach Jahren sei im Vergleich regionaler und überregionaler Medien „sehr, sehr unterschiedlich", wie gut Journalist*innen informiert seien, wie sehr sie sich in die Situation der Menschen hineinversetzen könnten und aus welchem Blickwinkel sie berichteten, beschrieb Bürgermeister Guido Orthen. Und Daniel Robbel (*Blick Aktuell*) stellte seine Lokalmediensicht klar: „Also es ging uns ganz konkret um nützliche Informationen für die Bürger, die betroffen sind", alles andere sei zweitrangig gewesen.

Wippi TV will aktivistisch sein

Die quantitative Medieninhaltsanalyse machte Unterschiede zwischen einer regionalen und überregionalen Perspektive in den Zeitungen sichtbar. Der Kanal *WippiTV* zeigte mit Angeboten und Informationen, wer an welchem Ort mit welchen Geräten oder mit Tatkraft helfen kann, etwas wegzuräumen und weitere materielle Flutfolgen zu bewältigen. Der Betreiber Markus Wipperfürth versteht seinen Kanal nicht als Publikumsmedium, das ein breites Themenspektrum abdeckt, sondern in den Videos auf *WippiTV* ging es vor allem um die Thematisierung der Hilfen (93,3 %) und Schäden (73,3 %). Wipperfürth informiert aus der Aktivistenrolle, er kommt aus der Gegend, ist selbst Helfer.

Die *Tagesschau* hingegen nahm auch andere Helfende und vor allem die Hilfen, Schäden und das Ereignis selbst sachlich in den Blick und arbeitete diese Themen aus nationaler Perspektive und gerichtet an ein bundesdeutsches Publikum auf.

Auch fehlende oder verspätete Wiederaufbauhilfen unter anderem durch den Staat sowie das Gefühl tiefer Enttäuschung der Betroffenen darüber sind dem Aspekt der Sachgerechtigkeit zuzuordnen – auf Medieninhalts- wie auf der Interview-Ebene. „Schnell und unbürokratisch seien die Hilfen versprochen gewesen, aber bei Worten sei es geblieben, so ein vielfach geteilter Eindruck." (*Kölnische Rundschau, 2022.07.14*) Die Betroffenen und Helfenden vor Ort im Flutgebiet beklagen in den Interviews, dass die Berichterstattung nachlasse, dass die Politik das Ahrtal vergesse, dass zu wenig kritisch über die Probleme mit dem Wiederaufbau und der Wiederaufbaufinanzierung berichtet werde. Ein Beispiel:

> „Warum wird hier nicht mal Tacheles geredet oder ein Beitrag gesendet abends um 20:15? Dann sollen sie mal ‚Gute Zeiten, schlechte Zeiten' wegfallen lassen und […] hierüber […] berichten. […] Das sind unsere Mitbürger, […] die hier im Dreck sitzen. […] Ich kann jetzt mit dir zu Familien fahren, die haben unten im Keller, im Rohbau, Zelte aufgeschlagen, wo die drin schlafen. Und das in diesem Land. Das ist unvorstellbar." (Steven Conzen, *Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*)

Ein weiterer Aspekt einer sachgerechten Darstellung ist die Verbindung der Flutkatastrophe mit dem *Klimawandel*. Deren Relevanz wurde aber, so kam es in den Interviews zum Ausdruck, angesichts der Zerstörungen, nicht mit oberster Priorität behandelt. In den analysierten Medienberichten kam das Thema Klima ebenfalls vor. Klimaveränderung wurde dargestellt als ein wichtiger Aspekt, der nicht zentral im Fokus der Berichte stand, aber zumindest in Verbindung mit hochrangigen Politiker*innen aufgegriffen wurde.

> „Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) hat bei einem Besuch in dem besonders von der Hochwasserkatastrophe betroffenen Landkreis Ahrweiler in Rheinland-Pfalz auf Tempo im Kampf gegen den Klimawandel gedrängt. ‚Wir müssen schneller werden im Kampf gegen den Klimawandel', sagte sie in Adenau." (*Kölnische Rundschau, 2021.07.19*)

> „Bundesumweltministerin Svenja Schulze (SPD) schrieb auf Twitter: ‚Der Klimawandel ist in Deutschland angekommen. Die Ereignisse zeigen, mit welcher Wucht die Folgen des Klimawandels uns alle treffen können.'" (*Rhein Zeitung, 2021.07.16*)

In den Interviews wurde erläutert, man habe vor allem in der Woche nach der Flut Dringenderes zu tun gehabt, als über Klimaveränderungen zu diskutieren. Diese Einschränkung machten sowohl die Betroffenen und Helfenden als auch die Berichterstattenden. Sie stellten vereinzelt einen Zusammenhang her von Klimaveränderungen und von Maßnahmen, die im Rahmen des Wiederaufbaus für einen besseren Hochwasserschutz zu treffen sind. Die Menschen

> „wollen nicht unbedingt jetzt hier für den Klimawandel stehen, sondern sie wollen wissen, ob sie ihr Haus dort aufbauen können, wo sie es gerne möchten oder dann dort riskieren, dass ihnen dann wieder das Wasser irgendwann in den Garten und in die Häuser schwappt.“ (Frank Gerstenberg, *Focus online* & *Stern*)

Ein weiterer Aspekt der Sachgerechtigkeit beziehungsweise deren Gefährdung sind *Falschmeldungen*; hierbei wird nicht unterschieden, ob diese intendiert waren, auf Fehlern oder Gerüchten beruhten.

Über Falschmeldungen wird in der Berichterstattung wenig reflektiert

Obwohl es gerade in Krisensituationen immer wieder zu Falschmeldungen kommt, finden wir durch die Medieninhaltsanalyse nur wenig Reflexion dazu in der Berichterstattung. In nur fünf Zeitungsberichten (3 %) des gesamten Samples gab es Bezüge zu Falschmeldungen. In der *Tagesschau* wurden in zwei Berichten Falschmeldungen als Thema aufgegriffen (3,5 %). Das bedeutet jedoch nicht, dass Falschmeldungen vor Ort keine Rolle spielten. Denn beispielsweise betont die *Aktuelle Stunde* des WDR immer wieder, wie katastrophal die Informationsvermittlung vor Ort sei und dass man nicht an verlässliche Informationen herankomme. So gelangte zum Beispiel das Gerücht über einen potentiellen Dammbruch in Dernau auch in die Beiträge der *Aktuellen Stunde*. Solche Falschmeldungen verbreiteten vor Ort erneut Angst und Schrecken. Dies ist typisch für die unübersichtliche Informationslage in Krisen. Teilweise wurde das noch befeuert.

> „Es gab gerade im Ahrtal Gruppierungen, die unter anderem aus der Reichsbürgerszene […] und auch aus der AfD-nahen-Szene kamen. Die haben versucht […], hier ein Bild zu kreieren, eines Staates, [oder] eines Bundeslandes, das eben nicht in der Lage ist, diese Katastrophe zu bewältigen. Und dazu gehörten auch in den Sozialen Medien bewusst gestreute Meldungen darüber, dass die Lage zum Beispiel an der Steinbachtalsperre höchst prekär sei. Und die sind teilweise auch mit Autos, wie wir auf Videos sehen konnten, durch die Region gefahren, haben gewarnt: ‚Bringen Sie sich in Sicherheit, die Talsperre bricht.‘“ (Marius Reichert, WDR)

Auch das Berichtigen von Falschnachrichten und das sachgerechte Informieren der Bevölkerung können dazu beitragen, dass Menschen vor Ort handlungsfähig sind. Empowerment ist eine bedeutsame Medienleistung; das folgende Kapitel stellt die Einblicke aus den Interviews und die Befunde der Inhaltsanalyse einander gegenüber.

8.4 Empowerment: Welche Rolle haben konstruktive, handlungs- und lösungsorientierte Aspekte im Umgang mit betroffenen und helfenden Menschen vor Ort und ihrer medialen Darstellung?

Bestärkung, Selbstbefähigung und Handlungsfähigkeit sind drei Punkte, an denen wir sehen können, welche Rolle in der journalistischen Darstellung der Flut die Empowermentfunktion spielte, inwiefern die Darstellungsweise also konstruktiven, die Resilienz im Publikum fördernden Prinzipien folgt: Wird auf mehrere Perspektiven (in der Betrachtung und auf der Sachebene) eingegangen? Werden die hierfür geeigneten Expert*innen angefragt? Wird neben klassischen W-Fragen – Wer? Wo? Wann? Was? Wie? Warum? Welche Quelle? – das „Wie geht es jetzt weiter?“ beantwortet, also eine Lösungs- oder Handlungsoption entwickelt? Und wird all dies gut verständlich vermittelt? Im Kern überschneidet sich vieles mit zentralen Aspekten von Sachgerechtigkeit, aber eben stark zugespitzt auf das Ziel, den Menschen Wege zu zeigen, was sie tun beziehungsweise wie sie zumindest besser mit auch herausfordernden Situationen zurechtkommen können.

Schauen wir uns also an, inwiefern sich so verstandenes Empowerment in den Medieninhalten abbildet, und vergleichen dies mit der diesbezüglichen Wahrnehmung und Erwartung der Interviewten.

In den untersuchten Zeitungen waren die Elemente Lösungsperspektive (54,6 %), Mehrperspektivität (43,9 %) und Positivbeispiele (41,8 %) gut vertreten; 36,2 Prozent der untersuchten Beiträge umfassten auch den Ausblick, also das „Wie geht es weiter?“ (Tabelle 3).

Stark vertreten: Mehrperspektivität, Lösungen und Kontext

Im Videomaterial sahen wir vor allem in der *Tagesschau* Merkmale eines konstruktiven Berichterstattungsmusters: Lösungsperspektive (54,4 %) und Mehrperspektivität (43,9 %) waren in etwa gleich hohen Anteilen wie im Print vertreten, der Ausblick hatte mehr Raum (49,1%), die Positivbeispiele (12,3 %) hatten weniger. Der nichtjournalistische Kanal *WippiTV* legte auch qua eigenem Konzept den Fokus stark auf Lösungen (80 %) und Positivbeispiele (53,3 %; siehe Tabellen 4 und 5).

In der lokalen Presse wurden die Elemente von Empowerment stärker thematisiert als in der *FAZ*: Handlungsfähigkeit (lokal: 20,7 %, *FAZ*: 6,3 %), Selbstbefähigung (lokal: 26,8 %, *FAZ*: 25,5 %) und Bestärkung (lokal 18,3 %, *FAZ* 12,5 %). Empowerment scheint demnach ein im Lokalen besonders deutlich ausgeprägter Faktor zu sein.

In den Interviews wurde aus allen Akteursgruppen ein Bedarf an *positiven und lösungsorientierten Geschichten* beschrieben, die zeigen, dass es weitergeht und man handlungsfähig ist, und die auch bedeutend seien, weil solche Geschich-

Tabelle 3:
Konstruktive Aspekte im Printsample (n=196; Angaben in Prozent)

	Mehr-perspektivisch	Lösungen	Positivbeispiele	Wie geht es weiter?	Kontext
Nein	56,1	45,4	58,2	63,8	62,8
Ja	43,9	54,6	41,8	36,2	37,2
Gesamt	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 4:
Konstruktive Aspekte in der *Tagesschau* (n=8; Angaben in Prozent)

	Mehr-perspektivisch	Lösungen	Positivbeispiele	Wie geht es weiter?	Kontext
Nein	56,1	45,6	87,7	50,9	47,4
Ja	43,9	54,4	12,3	49,1	52,6
Gesamt	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 5:
Konstruktive Aspekte bei *WippiTV* (n=14; Angaben in Prozent)

	Mehr-perspektivisch	Lösungen	Positivbeispiele	Wie geht es weiter?	Kontext
Nein	86,7	20,0	46,7	73,3	40,0
Ja	13,3	80,0	53,3	26,7	60,0
Gesamt	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Quelle: Eigene Darstellung.

ten ansteckend beziehungsweise aufbauend für andere wirken können. In den Interviews und in den Medienbeiträgen wurden vielerlei Beispiele aufgezählt: Meldungen über wieder eröffnete Geschäfte, neue Infrastruktur, ein Musikfest, der Zusammenhalt. Diese Herangehens- und Erzählweise lässt sich kontinuierlich nachweisen; hier noch zwei Berichterstattungsbeispiele. Das erste folgte knapp sechs Wochen nach der Flutnacht 2021:

> „Das Hochwasser des 15. Juli traf auch die Bäckerei im gleichen Gebäude mit voller Wucht. Die Verkaufsräume: Rausgerissen. Die Backstube: Plattgemacht. Und dennoch herrscht dieser unfassbare Optimismus bei Schmitzens. Denn sie haben sich etwas vorgenommen: ‚Wir werden weitermachen!'" (*Blick Aktuell, 2021.08.23*)

„Wir werden weitermachen!"

> „‚22 Wochen hat alleine die Herstellung des neuen Ofens gedauert. Jetzt habe ich zwei: Einen mit Umluft, einen Etagenofen mit etwas mehr Kammern als vorher', sagt Schmitz und wischt sich die Hände an der Schürze ab, denn er und sein Sohn Jan-Philipp – traditionell mit weißem Schiffchen und schwarz-weiß-karierter Hose gekleidet – stecken gerade wieder im Teig für die nächste Ofenladung und nichts erinnert im engen Altbauraum an die Flut, die hier 1,80 Meter hoch stand." (*Kölnische Rundschau, 2022.07.14*)

Das zweite Beispiel illustriert den Fortschritt rund ein Jahr später und erschien am ersten Jahrestag:

> „Nun, ein Jahr nach der Flut, sieht Wolter seine Stadt auf einem guten Weg. Viele Dinge sind schon geschafft. Vermeintlich kleine und unsichtbare wie Grundstückskäufe für den künftigen Hochwasserschutz. Und große, unübersehbare wie der Wiederaufbau der Sporthalle am Sturmius-Gymnasium, die voraussichtlich im Januar wieder genutzt werden kann." (*Kölner Stadt-Anzeiger,2022.07.14*)

Ein weiterer Aspekt von Empowerment ist die Betonung des *Zusammenhalts*, den die Menschen vor Ort gespürt haben. Das wurde sowohl in den Interviews als auch in den Medieninhalten deutlich. Darin ging es immer wieder um Solidarität, gegenseitige Unterstützung, Miteinander und die Begeisterung über die enorme Hilfsbereitschaft.

> „Der Zusammenhalt in der Ortschaft ist gigantisch, jeder hilft jedem." (*Rheinische Post, 2021.07.21*)

„Eine Region rückt zusammen."

> „Eine Region rückt zusammen, alle packen mit an, die Unterstützung ist riesig. Es wird gemeinsam aufgeräumt, Betroffene, Helfer und Feuerwehrleute werden verpflegt, Spenden gesammelt. Es wird nicht lange gefragt,

es wird angepackt.“ (*Kölnische Rundschau, 2021.07.19*)

„‚Die Zusammenarbeit‘, und das möchte Henner Mattheus besonders betont wissen, ‚mit den Freiwilligen Feuerwehren aus der Region funktioniert hervorragend.‘ Es herrsche ein großer kameradschaftlicher Zusammenhalt. Ein wichtiger Rückhalt bei den psychischen Belastungen und der komplizierten Gemengelage im Katastrophengebiet.“ (*Rhein Zeitung, 2021.07.17*)

Und Angela Ebhardt (ZDF) beschrieb im Interview:

„In einzelnen Dörfern haben sie dann angefangen, wieder Musik-Veranstaltungen zu machen, auch da auf Dorf-Plätzen, provisorisch, um die Leute zusammenzubringen […] und dass eine solche Hilfswelle ins Tal geschwappt ist, das hat uns selber natürlich auch berührt und deswegen war das auch immer wieder für uns Thema.“

Tobias Roth (Freier Journalist) schilderte ebenfalls, dass das Miteinander für ihn persönlich ein Erlebnis war,

„weil man gesehen hat, dass […] solche Katastrophen dann auch letztlich verbinden können und irgendwie ein Miteinander generieren, sei es zwischen Kamerateams und eben Protagonisten oder eben auch zwischen natürlich den einzelnen Helfern und Leuten dort.“

Ein weiterer Aspekt von Empowerment ist die *Darstellung verschiedener Perspektiven*. In der Inhaltsanalyse haben wir auch gemessen, ob verschiedene Perspektiven zum Ereignis, den Problemen und den Folgen Eingang in die Berichterstattung fanden. Die oben erwähnten Ergebnisse zu diesem Aspekt zeigten, dass die untersuchten *Tagesschau*- und Printmedien-Einheiten mit jeweils 43,9 Prozent dies in vergleichbarer ausgeprägter Weise umsetzten. Auch in den Interviews sowohl mit den Betroffenen und Helfenden als auch den Öffentlichkeitsakteur*innen wurde positiv hervorgehoben, wenn aus mehreren Blickwinkeln heraus berichtet wurde. „Wenn [der Bericht] verschiedene Perspektiven bietet“, trägt dies bei Heiko Marquardsen (Seelsorger) dazu bei, dass er diesen Beitrag „qualitativ gut“ finde.

Frank Gerstenberg (*Focus online* & *Stern*) beschrieb, wie er Multiperspektivität umsetzt:

„Wenn ich eine Reportage über die Gastronomie mache […], dann will ich gucken, welche Leute haben es geschafft, welche sind gerade noch am strugglen und welche haben aufgegeben. Dann gehören da rein Stimmen von Menschen, dann gehören da rein natürlich der Kontext, in dem das Ganze ist, und die Ereignisse, die passiert sind. Dann vielleicht auch noch ein wissenschaftlicher Beitrag von jemanden, der beurteilt, in welcher Lage der Tourismus steckt.“

Ein weiterer Faktor, um Empowerment zu stärken, ist das Angebot von *Handlungs- oder Verhaltensempfehlungen*. Sie können Orientierung

geben. Das beginnt beim Bereitstellen lokal relevanter konkreter Informationen: Wo kann man am besten helfen? Wo sind die nächsten Anlaufstellen für Essen? Welche Straßen sind nicht befahrbar? Informationen wie diese fanden wir in nur 18,4 Prozent des Print-Materials beziehungsweise in 20,7 Prozent der in diesem Kontext untersuchten lokalen Presse. Nicht überraschend war, dass in der *FAZ* der Anteil bei nur 6 Prozent lag und die *Tagesschau*-Berichterstattung keine solchen Empfehlungen enthielt. Hingegen sahen wir Handlungsempfehlungen in einem großen Teil der *Wippi TV*-Videos, in 66,7 Prozent, also in zwei von drei Beiträgen. Auch in den Interviews wurde in allen Akteursgruppen auf die Bedeutung hingewiesen, die der Austausch von Informationen hatte – zu Essens- und Getränkeversorgung, Spenden, Soforthilfen und manchem mehr – und das Verfügbarmachen derselben online, über soziale Medien, Radio, TV.

Nicht ohne Aufforderung ins Krisengebiet reisen

Handlungsempfehlungen sollen Orientierung geben, aber auch zur Nachahmung anregen und auch in diesem Sinne aktivieren. In den Berichten der Medieninhaltsanalyse stach heraus, wie stark der Zusammenhalt und die Solidarität in der Krise und vor allem die große Beteiligung und Bereitstellung an Hilfen war. Das trieb andere an, ebenfalls aufzubrechen, um zu helfen, und zwar teilweise in einem Ausmaß, dass daraus neue Herausforderungen entstanden.

> „Die 27-Jährige, deren Schwiegervater die Weinschmiede betreibt, schloss sich mit der benachbarten Spedition kurz, rief über unsere Zeitung und die sozialen Netzwerke zu Spenden auf – und erzielte riesige Resonanz, die zu zeitweise chaotischen Zuständen am Samstag führte." (*Kölnische Rundschau, 2021.07.19*)

> „Im Minutentakt erreichen die Redaktion Anfragen, wie Menschen Betroffenen helfen können." (*Kölner Stadt-Anzeiger, 2021.07.17*)

> „Zudem wird nochmals darum gebeten, nicht ohne ausdrückliche Aufforderung eigenständig in das Katastrophengebiet zu reisen, um zu helfen." (*Rhein Zeitung, 2021.07.19*)

Neben den Öffentlichkeitsakteur*innen selbst sprachen auch die Betroffenen und Helfenden die Relevanz der Berichterstattung über die erfolgte Hilfe an – „Da haben wir dann einen ganz tollen *Stern*-Online Artikel bekommen, auch von unserer Arbeit. Und so waren wir relativ präsent von Anfang an in der Presse." (Michaela Wolff, *Fluthilfe-Ahr e. V.*)

Zu erwähnen ist noch die *anwaltschaftliche Perspektive*, bei der sich Berichtende für Interessen von Menschen und Personengruppen einsetzen, die nicht oder kaum berücksichtigt werden oder sich nicht hinreichend artikulieren können. Diese Perspektive kann gerade auch im Rahmen einer *Krisenthematik* bedeutsam sein, zum Beispiel indem den Betroffenen eine Stimme gegeben wird oder Fragen, die diese umtreiben,

gestellt und die Antworten publiziert werden. Ein Beispiel:

> „Hätten die Behörden früher warnen müssen? War die Katastrophe nicht absehbar? Feuerwehrsprecher Solheid meint nein. ‚Wir haben alles getan, was möglich war. Mit diesen Wassermassen konnten wir nicht rechnen.' Darüber wird sicher noch zu sprechen sein. Wer kommt für die Schäden auf? Welche Konsequenzen folgen?" (*Focus, 2021.07.16*)

Der Zeit- und Publikationsdruck war enorm

Zu den bereits beschriebenen *Herausforderungen der Krisensituation* kam noch ein *enormer Zeit- und Publikationsdruck* hinzu. Auch angesichts dieser Bedingungen ist es umso bemerkenswerter, dass Sorgfalt und damit auch Sachgerechtigkeit, Empowerment und Empathie der Anspruch blieb, den manche Journalist*innen an sich selbst stellten. Gerade dann, wie Michael Lang im Interview darlegte:

> „Es ging ja vor allem immer darum, Überblicke zu geben […]. Da habe ich sehr viel Mühe reingesteckt mit allen Quellen, die es irgendwie gab. Und noch was und noch was. Das waren keine […] Null-acht-fünfzehn Produkte, sondern […] Du musst genau sagen, was gebraucht wird. Du musst genau sagen, [wo es] gute Nachrichten, wo es Fortschritte gibt, das heißt, wo sozusagen so eine empathische Kraft war. Arbeite mehr, gib dir mehr Mühe […]. Das musste alles so gut wie möglich sein und so richtig wie möglich sein." (Michael Lang, SWR)

An der Flutkatastrophe als Krisenfall lässt sich auch die Frage aufwerfen, inwiefern gerade in solchen Situationen verstärkt ein Risiko besteht, dass konstruktives Berichten in ein „positive/feel-good-washing" mündet, indem Fortschritte ins Rampenlicht gestellt und schleppende Prozesse, behördliche Fehlleistungen oder ähnliches nur wenig kritisiert werden, weil dies ja schlechte Stimmung erzeugen, deprimieren oder frustrieren könnte.

Gute Nachrichten, sollten aber kein Selbstzweck sein. Sowohl Öffentlichkeitsakteur*innen als auch Betroffene und Helfende haben dies angesprochen, auch im Zusammenhang mit offiziellen Besuchen und Terminen, und damit implizit auf ein Dilemma hingewiesen. Solche Stimmen finden sich auch in Medienbeiträgen der Inhaltsanalyse.

> „Viele Bewohner finden es gut, dass Merkel gekommen ist, sprechen von einem guten Zeichen. Nur einige wenige reagieren genervt. ‚Das ist ein Pflichtbesuch, und dann fertig ab', sagt eine Frau." (*Kölnische Rundschau, 2021.07.19*).

Renata Sappert (SWR) beschrieb im Interview einen Mittelweg: das Eine tun, das Andere nicht lassen.

„Es ist, glaube ich, ganz dringend wichtig, auch auf das zu schauen, was ermutigend ist und konstruktiv ist im Sinne von: Wir berichten, was ist. Wir beschönigen nicht oder färben das irgendwie besonders positiv ein. Natürlich muss man auch darüber berichten, wo es vorangeht, wo es erfolgreich ist, wo Menschen im Ahrtal vielleicht wieder […] Boden unter die Füße bekommen haben. Das ist enorm wichtig, finde ich, um das Gesamtbild zu zeigen. [Aber], finde ich, [es] darf nicht ein Selbstzweck sein, zu sagen, wir nehmen uns jetzt mal hier positive Beispiele raus und zeigen, wie schön es im Ahrtal ist." (Renata Sappert, SWR)

Aus dem Abgleich der Antworten in den Interviews mit der Medieninhaltsanalyse lassen sich Hinweise auf Diskrepanzen, Lücken und weiteren Reflexionsbedarf ableiten, die im Schlusskapitel 9 dargelegt werden und in ersten Handlungsempfehlungen als Fazit münden.

8.5 Fallbeispiele für weitere, direkte Medienerfahrungen Betroffener, Helfender und Berichtender

Der Blick auf kursorisch codierte Beiträge, in denen Interviewte aus allen drei Akteursgruppen vorkommen oder die sie selbst verfasst haben, ergänzt die Darstellung der Menschen vor Ort und die Wahrnehmung der Art, wie Medienschaffende auftraten und arbeiteten.

Mut machen – der Plan wird umgesetzt

Daniel Robbel schilderte im Interview (Kapitel 5), wie wichtig ihm eine positive Ausrichtung beim Berichten ist. Zwei Beispiele aus seinen Beiträgen für *Blick Aktuell* zeigen, wie er dies umsetzte.[14] Im Beitrag zum Wiederaufbau des zerstörten Weingeschäfts von Volker Danko finden sich motivierende Aspekte, die zum Nachahmen anregen und Mut machen können.

„[Ü]ber seinen Internet-Shop, den er bereits vor Corona aufgebaut hatte, melden sich viele Kunden und Danko schilderte in Newslettern die Situation vor Ort. Die Resonanz war riesig: Es liefen enorm viele Bestellungen ein, aber auch Spenden und Solidaritätsbekundungen. ‚Hier wusste ich', so Danko, ‚es gibt ein Weiter nach der Flut.' […] Motivierend waren auch die vielen Helferinnen und Helfer, seien es Freunde oder Verwandte, Freiwillige oder Vertreter amtlicher Organisationen wie THW oder Bundeswehr." (*Blick Aktuell, 2022.04.12*)

In einem anderen Beitrag stellte Robbel als weitere persönliche Wiederaufbau-Geschichte die der Bäckerfamilie Schmitz vor, die mit Galgenhumor erzählt, wie ihr Geschäft zerstört wurde.

„Sie schmunzeln. Und lachen über kleine Anekdötchen, zum Beispiel, wie gut ein Frank-

14 Siehe: https://www.blick-aktuell.de/Berichte/Bad-Neuenahr-Es-gibt-ein-Weiter-nach-der-Flut-505442.html, sowie: https://www.blick-aktuell.de/Berichte/Baecker-in-AhrweilerWir-bauen-wieder-auf-481764.html

> furter Kranz schwimmen kann. Das Drumherum will nicht recht stimmen: Das Erdgeschoss gleicht einem Trümmerfeld. ‚Aber', bringt es Jürgen Schmitz auf den Punkt, ‚was bleibt einem auch anderes übrig, als ab und zu auch mal lachen?' […] Dem Optimismus sei dank, betrachtet man die Zerstörung sogar als Chance. ‚Wir brauchten sowieso einen neuen Ofen', sagt Jan-Philipp. Denn der alte wurde in den 1980ern installiert, war technisch etwas überholt. Somit wurde aus der Not eine Tugend gemacht." (*Blick Aktuell, 2021.08.23*)

Der positive Blick und seine Bedeutsamkeit fanden sich im Interview mit Robbel, ebenfalls mit Bezug auf die Wiedereröffnung der Bäckerei (siehe Kapitel 5.2.3): „Also wenn da die liebste Bäckerei dann wieder aufmacht, […] da ist das schon ein sehr positives Signal."

Frank Gerstenberg hatte im Interview zum Teilthema Empathie geäußert, wie wichtig ihm sei, über die Darstellung der Emotionen der Betroffenen deren extremes Schicksal klarzumachen, sie zugleich aber vor der Öffentlichkeit zu schützen, wenn sie seiner Wahrnehmung nach zu emotional wurden. Diese Intention zeigt sich auch in seinen Beiträgen für *Focus online*. Im Beitrag vom 16. Juli 2021 berichtete er entlang der zerstörten Häuser über Einzelschicksale der Menschen, die dort gewohnt oder Geschäfte betrieben hatten. Er thematisierte die Versorgung der Stadt Schuld nach der Flut (Was fehlt? Was kommt an Unterstützung? Wo gibt es was?) und fing Emotionen der Menschen vor Ort ein, den tiefen Schock und die Ungewissheit (siehe auch Kapitel 5.1, 5.2.1, 8.2; hier folgen weitere Beispiele).

> „‚Wir haben der Feuerwehr immer wieder gewunken, aber es kam niemand.' Sie habe die ganze Nacht über geweint, erzählt ihr Mann.' […] ‚Aber auch so wird es wieder gehen', glaubt sie. Denn ihren Optimismus will sie nicht auch noch verlieren. ‚Es ist alles furchtbar, aber ich habe auch gemerkt, dass die Menschen in Schuld alle zusammenhalten. Alle sind total hilfsbereit.'" (*Focus, 2021.07.16*)

Die Menschen, so Gerstenberg in seiner Reportage, wüssten nicht recht, was passiert sei, wie es weitergehe, wo sie die nächste Nacht verbringen sollten, wo ihre Autos waren.

Er beschrieb im Interview, dass er sich auch in der Rolle eines Akteurs sehe, der auch mal mithelfe und dadurch den Menschen und ihren Schicksalen näherkomme.

Das setzte er in seinen Beiträgen in vielfältiger Weise um. Er brachte sich als Augenzeuge seinem Publikum zum Beispiel dadurch näher, dass er von einer gefährlichen Situation erzählte, die ihn selber hätte alles kosten können. Von dieser erzählte er im für diese Studie geführten Interview, machte dies aber auch in seinem *Focus*-Beitrag öffentlich.

> „Als ich Schuld verlassen will, gibt es die Straße, auf der ich zwei Stunden zuvor entlanggefahren war, nicht mehr. Sie war einfach nach links weggebrochen. Vier Meter tief. Die

> grauen Asphaltbrocken ragen steil ins Wasser, die Leitplanke schlängelt sich verbogen durch den Fluss wie ein nasses Handtuch. Was wäre gewesen, wenn ich zur falschen Zeit am falschen Ort gewesen wäre?“ (*Focus, 2021.07.16*)

Solche Schilderungen des eigenen Befindens zeigten sich in den Medieninhalten relativ selten.

Rollenvarianten: Helfer, Augenzeuge, Anwalt

Gerstenberg nutzte die Charakteristik der Darstellungsform Reportage, entwarf Szenen und nahm sein Publikum in die Szenerie mit:

> „Die beiden Männer schaufeln drei Garagen frei, die mit einem dicken Schlammteppich belegt sind. Ob sie mir erzählen wollen, was passiert ist in dem kleinen Ort? ‚Ja klar, können wir machen.‘ In sanftem mittelrheinischem Singsang und mit ausgesuchter in sich ruhender Freundlichkeit berichten die beiden, wie das Wasser in Sekundenschnelle anstieg.“ (*Focus, 2021.07.16*)

Und er übernahm eine Art beobachtende Anwaltschaft für die Betroffenen, für deren Anliegen, dass Konsequenzen folgen und Funktionsträger*innen zur Verantwortung gezogen werden.

Der Reporter[15] blieb wochenlang vor Ort. In den Interviews mit ihm sowie mit Helferin Michaela Wolff, in deren privatem Gästezimmer er übernachtete, spiegelte sich wider, wie sehr ihn das Geschehen emotional umtrieb und wie intensiv er in die Verhältnisse vor Ort eingetaucht war (Kapitel 5.1, 5.2.1). In einem *Focus*-Beitrag vom 20. Juli 2021 berichtete er auch über Michaela Wolff, stellte sie aus sachlich-distanziertem Blickwinkel heraus dar und beschrieb die Hilfe, die sie über ihr Weingut bereitstellte, als sehr positiv.

Klaus Angel lebt im Ahrtal, war von der Flut betroffen und berichtete über diese. Er verwies in dem für diese Studie mit ihm geführten Interview auf einen Artikel von *Zeit Online* vom 13. Juli 2022[16] über einen Betroffenen, weil er diesen Beitrag besonders empathisch und gelungen fand.

> „Das war ein Kollege der *Zeit*, der hat sich die Mühe gemacht, […] der hat wirklich sich ganz empathisch mit Menschen unterhalten, was ihnen widerfahren ist. Zum Beispiel […] ein sehr guter Bekannter von mir, […] dessen Frau sich im Zuge dieser Flut umgebracht hat, ja, und er [war] selber schwerstkrank […]. Jetzt ist er auch mittlerweile verstorben. [D]er hat sich tatsächlich größte Vorwürfe gemacht, dass er sich nicht um seine Frau gekümmert hat, kümmern konnte, weil er beim Wiederaufbau war. [D]as war so ein empathisches Interview. Und auch der Artikel, der war so empathisch und

15 Frank Gerstenberg arbeitet mittlerweile im neuen Büro „Focus online Earth“ mit Hauptsitz im Ahrtal.
16 https://www.zeit.de/entdecken/2022-07/hochwasser-ahrtal-flutkatastrophe-dernau

> so emotional und gut geschrieben, das war ganz toll.“ (Klaus Angel, *Linus Wittich Verlag* & *Ahrtalradio*)

Angel spielte auf einen Text-Abschnitt an, in dem die tragische Geschichte eines Witwers erzählt wird, den er kannte. Der Mann verlor seine damals 81-jährige Frau durch Suizid direkt nach der Flut. Der Erzählstil ist emotional, thematisiert werden das Geschehen, die emotionalen Folgen, die Gefasstheit des Witwers, sein Optimismus sowie die Hilfe durch eine Therapeutin.

> „Vor knapp zwei Monaten aber, der Jahrestag der Flut rückt näher, kommen die Gefühle von Hilflosigkeit und Trauer zurück. Noch stärker dieses Mal. […] In seinem Schlafzimmer hängt ein Foto von Marita. Immer, wenn Werner Müller das Bild anschaute, musste er weinen. Ein Jahr lang hatte er den Tränen nichts entgegenzusetzen. Bis jetzt. ‚Heute kann ich das Foto angucken, ohne zu weinen.‘“ (*Zeit Online, 2022.07.13*)

Bürgermeister Guido Orthen, für diese Untersuchung in die Gruppe der Betroffenen eingeordnet, hatte diverse Medienerfahrungen, darunter auch mit der *Bild*-Zeitung. Ein Artikel der *Bild* stellt ihn als empathisch, den Tränen nahe und zugleich kämpferisch bezogen auf den Einsatz für die Personen vor Ort dar:

> „Guido Orthen, Bürgermeister von Bad Neuenahr-Ahrweiler, lässt im Gespräch mit BILD seinen Emotionen freien Lauf: ‚Wir sind noch immer am Boden zerstört, immer noch voll mit den Bildern der ersten Tage, immer noch ganz nahe zwischen Weinen und Verzweifeln‘, sagt er mit tränenerstickter Stimme. Und gibt sich dann kämpferisch. […] ‚Nicht nur für Infrastruktur‘, sagt Orthen und seine Stimme kommt ins Stocken: ‚Sondern auch für die vielen Menschen, die liebe Menschen verloren haben, die ihr Hab und Gut verloren haben, die ihre Existenz verloren haben und ihren Arbeitsplatz.‘ Er verlangt ‚klare Zusagen‘ für Bundes- und Landesmittel. Es brauche ‚Taten, keine Worte.‘“ (*Bild, 2021.07.30*)

Orthen kam in diesem *Bild*-Beitrag zudem zu Wort mit Kritik an der Förderquote und am Krisenstab. „‚Die Schäden, die hier entstanden sind, können wir mit Förderquote nicht regeln. Es muss ein 100-prozentiges Wiederaufbauprogramm geben für Bad Neuenahr-Ahrweiler‘, so der Bürgermeister.“ (*Bild, 2021.07.30*)

Im Interview für diese Studie beschrieb Orthen die Begegnung mit diesem *Bild*-Reporter als sehr empathisch; dem Mann seien ebenfalls die Tränen gekommen (siehe Kapitel 6.2.2).

Der Helfer Steven Conzen (*Team Conzen* & *Die AHRche e. V.*) beschrieb hingegen in unserem Interview eine seiner Wahrnehmung nach sehr negative Erfahrung mit einem *Bild*-Reporter bezogen auf Empathie im Umgang mit Betroffenen. Conzen kam in einem Beitrag der *Bild* vom 29. Juli 2021 vor: „Auch Steven Conzen (36)

lobt das Frühstück: ‚Danke, dass ihr von BILD mithelft.'" (*Bild, 2021.07.29*). Die Frühstücksaktion, so Conzen, sei dürftig gewesen (siehe Kapitel 6.2.2). Zudem störte ihn das Draufhalten. Mit dem ersten Fotografiertwerden sei er einverstanden gewesen, denn der *Bild*-Reporter habe ihn vorher gefragt und ihn fotografiert, wie er eine Stromversorgungsstelle in Betrieb nahm. Danach habe der Reporter aber noch mit ihm und einem Mann reden wollen. Dieser Mann sei, als er von der aktuellen Situation erzählte, in Tränen ausgebrochen und weggegangen. „Ich bin ihm einfach hinterhergelaufen. [I]ch habe den Mann vorher noch nie gesehen und […] dann sind wir an der Straße gestanden und haben […] nur noch geweint", erzählte Conzen. Der *Bild*-Reporter sei ihnen gefolgt, habe sie fotografiert und wollte mit ihnen reden. „Kein Feingefühl, gar nichts", fand Conzen.

Wiederum ganz anders war die Erfahrung, die Klaudia Skodnik (*Fortuna hilft e. V.*), ebenfalls eine für diese Studie befragte Helferin, mit *Focus* erlebte, wo am 05. Februar 2022 ein Beitrag erschien, in dem ein Spendenaufruf von ihr unterstützt wurde. Es ging um Kinder, die traumatisiert waren und dringend Unterstützung brauchten:

> „Die Ausnahmesituation erfordere ein schnelles Handeln, da alle Fachkräfte im psychologischen Bereich ausgelastet seien und gerade für Kinder und Jugendliche ein erhöhter Bedarf bestehe, heißt es im Projektbericht des Vereins." (*Focus, 2022.02.05*)

Klaudia Skodnik beschrieb im Interview die Berichterstattung sowie den empathischen Umgang der Reporterin mit ihr und mit Betroffenen sehr positiv. „Die war sehr einfühlsam. Also das war unfassbar schön zu sehen, wie einfühlsam und achtsam sie auch mit den Betroffenen, gerade mit […] den Eltern und den Kindern […] gesprochen hat."

Die in diesem Kurzabgleich[17, 18] offenbarten Bandbreiten lassen – erwartbar – darauf schließen, dass die individuelle Persönlichkeit ein starker Faktor dafür ist, wie gut Verständigung zwischen Betroffenen und Journalist*innen gelingt.

8.6 Betroffene im Spotlight: Das Magazinformat *Aktuelle Stunde* (WDR)

Weiteren Aufschluss insbesondere zu Emotionalität und Empowerment bezogen auf die Darstellung der Akteursgruppen im Magazin-Format ergab sich aus der qualitativen Inhaltsanalyse der 45-minütigen WDR-Sendung *Aktuelle Stunde* (AKS). Die Befunde zeigen, dass hier nochmals intensiver, als sich dies in der Printmedienanalyse zeigte, die in den qualitativen Interviews erhobenen Erwartungen der Betroffenen an Em-

17 Shortlinks zu den *Bild*-Beiträgen: *Bild*, 29.07.2021, https://bit.ly/3Ypr2pn; *Bild*, 30.07.2021, https://bit.ly/3Wphp7p
18 Shortlinks zu den *Focus*-Beiträgen: *Focus*, 16.07.2021, https://bit.ly/4c7ZJDk; *Focus*, 05.02.2022, https://bit.ly/4fpOI2P

pathie, an eine eigene Stimme und an eine motivierende Berichterstattung umgesetzt sind. Ob dies auch im erwarteten Umfang geschieht, kann damit allerdings nicht ausgesagt werden.

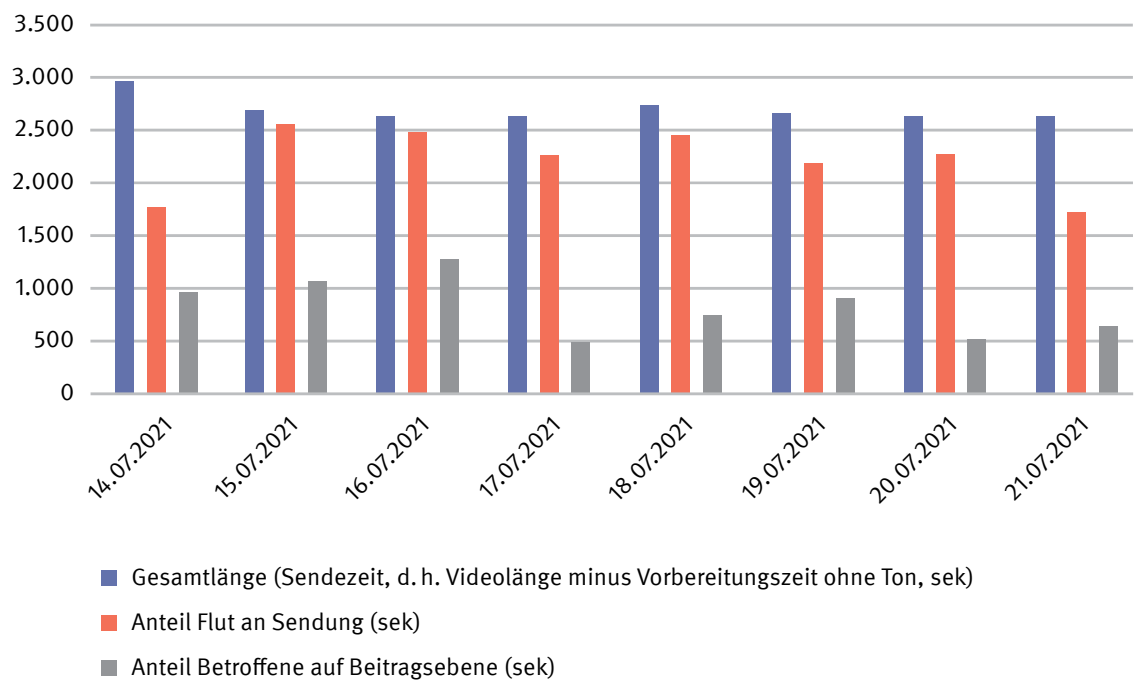
Magazin-Format gibt Betroffenen viel Raum

Abbildung 1 veranschaulicht den durchgängig hohen Anteil der Betroffenen bezogen auf die Sendezeit im Rahmen der Flut-Berichterstattung im Ereignisjahr.

Zum Jahrestag 2022 lag der Anteil der Flutthematik wie erwartet deutlich unter dem während der akuten Krisentage im Vorjahr. Aber innerhalb dieser Sendeanteile war der Fokus auf die Betroffenen eher noch ausgeprägter (siehe Abbildung 2).

Die Art, wie die Betroffenen dargestellt wurden, erfolgte vor allem entlang von Einzelschicksalen. Bezüge zu Betroffenen als Gruppen (Menschen in Notunterkünften, Landwirt*innen, Ärzte, Kinder) gab es in zwei Sendungen. Die *Aktuelle Stunde* nutzte persönliche Geschichten, um die Thematik der Flut und ihrer Folgen zu vermitteln, ließ

Abbildung 1:
Anteile der Flut-Thematik in der WDR-Sendung *Aktuelle Stunde* und Anteile der Betroffenen-Perspektive auf Beitragsebene in Sekunden. Untersuchungszeitraum 2021.



Quelle: Eigene Darstellung.

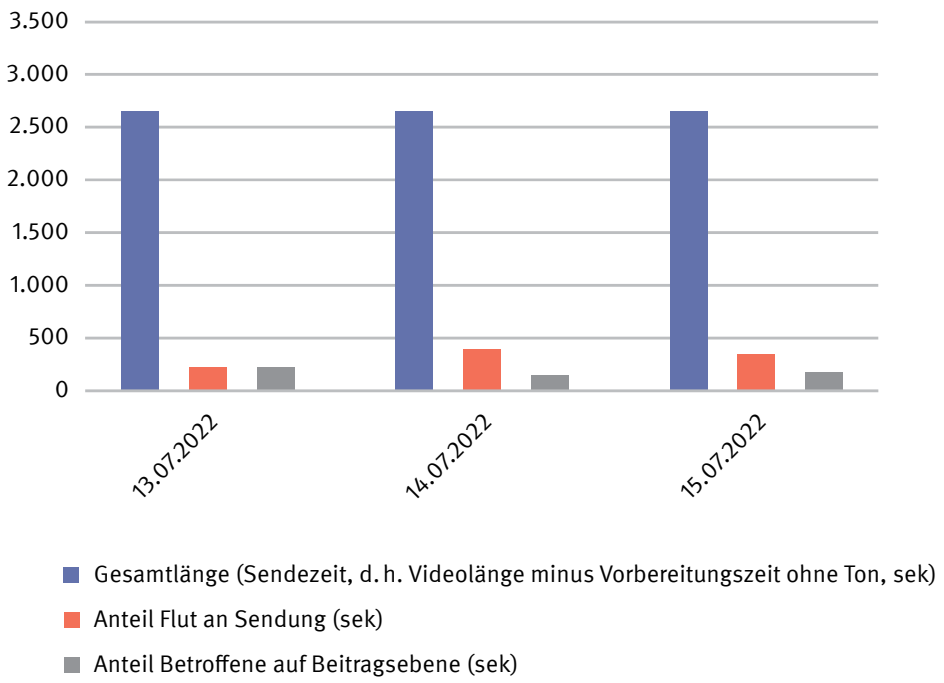
Betroffene direkt zu Wort kommen und Gefühle zeigen. Zum Beispiel schilderte in der Sendung vom 16. Juli 2021 eine Anwohnerin aus Altenahr: „Man hatte wirklich Angst um sein Leben." Die mit dem weggespülten Elternhaus verloren gegangenen Erinnerungen waren ein Thema, weitere Menschen verwiesen vor der Kamera auf Schicksale anderer und richteten sich daran auf: „Bei uns leben alle noch, von daher alles gut, wir haben alle überlebt, ist alles ersetzbar." Ein Pärchen schilderte unter Tränen, ihm sei alles verloren gegangen: Arbeitsstelle, Wohnung, Hab und Gut. Die Moderation griff dies auf: „Alles weg" (17. Juli 2021). Die Darstellungsweise über Einzelschicksale war auch ein Jahr später wegleitend. Die Optikerin Nora Nechad erzählte, wie sie ihre Kinder aus dem überfluteten Haus rettete: „Es wird einem deutlich, dass man nichts in der Hand hat, nichts steuern kann." (14. Juli 2022)

Zur Sachgerechtigkeit

Die *Aktuelle Stunde* am 17. Juli 2021 thematisierte einerseits den Mangel: Den Menschen vor Ort fehlte Kleidung und Essen; dies wurde auch in der Moderation aufgegriffen: „Es fehlt an allem." Da die Kommunikation zusammengebrochen war, fehlten zudem Informationen zu Grundlegendem, zum Beispiel, wo sie ihr Smartphone

Abbildung 2:

Anteile der Flut-Thematik in der WDR-Sendung *Aktuelle Stunde* und Anteile der Betroffenen-Perspektive auf Beitragsebene in Sekunden. Untersuchungszeitraum 2022.



Quelle: Eigene Darstellung.

laden konnten, oder wie es ihren Angehörigen in anderen betroffenen Orten ging. Andererseits wurde in den Sendungen auch gezeigt, welche Hilfen und Spenden bereitstanden und was bezogen auf die Versorgung der Menschen vor Ort gut lief. Die Art, wie die Verhältnisse vor Ort dargestellt wurden, war also sachgerecht. Aber es gab Ausnahmen. Auch die *Aktuelle Stunde* saß in ihrer Sendung vom 20. Juli 2021 dem Gerücht eines möglichen Dammbruchs bei Dernau im Ahrtal auf; das wäre vermeidbar gewesen, wenn die Magazinredaktion – die anders als die Reporter*innen vor Ort nicht unter eingeschränkten Bedingungen arbeitete – die Information vor der Veröffentlichung geprüft hätte. So wäre herausgekommen, dass es dort gar keinen Damm gab.

Zur Empathie

Die *Aktuelle Stunde* zeigte immer wieder Emotionen. Es waren vielerlei Gefühlslagen. Ein Zahnarzt-Ehepaar etwa, beide fassungslos, sprachlos, ratlos. Betroffene wurden in einem starken Schockzustand, in dem sie keine Gefühle zuließen, weil dies sie handlungsunfähig machen würde, gezeigt. Weinende Menschen, die Todesängste durchgestanden hatten („das habe ich noch nicht erlebt"; „katastrophal"; „der Wahnsinn"; (16. Juli 2021)) und auch das Leid von Kindern standen in der Woche nach der Flut im Vordergrund der Magazinberichterstattung. Diese Darstellungsweisen greifen zwar den in den Interviews formulierten Anspruch auf, erlebte Wirklichkeit auch medial abzubilden, fallen aber zugleich in die Kategorie schutzbedürftiger Emotionen beziehungsweise Situationen. Ein Jahr nach der Flut wurden Gefühle von Demut, seelischer und körperlicher Erschöpfung und Niedergeschlagenheit, posttraumatische Zustände wie Unruhe und Angstzustände und weitere emotionale Narben Betroffener thematisiert (etwa in der Sendung vom 13. Juli 2022).

Bereits im ersten Untersuchungszeitraum (14. bis 21. Juli 2021) wurde in Sendungen der Enttäuschung von Betroffenen Raum gegeben, die über die ihrer Ansicht nach mangelnde Unterstützung durch den Staat und über Lücken in der Schadenabdeckung durch Versicherung klagten sowie sich nach eigener Aussage alleingelassen fühlten. Die Enttäuschung hielt an und wurde auch rund um den Jahrestag wieder artikuliert. So wird beispielsweise thematisiert, dass die versprochene unbürokratische Hilfe durch den Staat ausgeblieben sei (15. Juli 2022).

Die *Aktuelle Stunde* griff positive Emotionen auf, wie Dankbarkeit für die Hilfe, für die Solidarität, fürs Überleben, aber auch Hoffnung, Mut und Optimismus. Positive Emotionen Betroffener blieben auch im Jahr nach der Flut wichtig in der Magazinberichterstattung, nun waren es aber vor allem Zielstrebigkeit, eine Hands-On-Mentalität, Lust auf Zukunft und Aufbruch, zum Beispiel gezeigt an einem wiedereröffneten Bistro (13. Juli 2022) sowie Zuversicht und wiederum eine große Dankbarkeit darüber, überlebt zu haben (in weiteren Sendungen).

Die *Aktuelle Stunde* thematisierte ferner die Plünderungen in den Anfangstagen nach der Flut

und die Hilflosigkeit der davon Betroffenen. Die Redaktion hielt aber auch eigene Gefühle nicht zurück wie Wut und Unverständnis über ein so übergriffiges Handeln.

Sichtbare emotionale Interaktionen

Das Material der *Aktuellen Stunde* ist das einzige, in dem wir wiederholt Interaktionen zwischen Betroffenen und Journalist*innen erkannten. Die Sendung zeigte weniger Distanz als wir es in dem Rest unseres Materials fanden. Journalist*innen bewerteten selbst die Situation („Eindrücke sind unfassbar", 15. Juli 2021) und sprachen auch ihr Mitgefühl aus: „Begegnungen haben mich sprachlos, fassungslos, extrem traurig gemacht" (16. Juli 2021). In einer Sendung (18. Juli 2021) wünschte der Journalist den Betroffenen alles Gute, und zeigte Freude und positives Mitgefühl über die Solidarität und immense Hilfe in den betroffenen Gebieten. Die Moderation unterstützte die Kritik Betroffener – „Bewohner müssen tatenlos zugucken, während anderswo das Aufräumen läuft" (20. Juli 2021) – und betonte, wie dramatisch die Lage sei. Als Stilmittel dienten emotionalisierende sprachliche Elemente. Beispielsweise durch Moderationen wie: „Im Schlamm und Schrott sind die Träume der Kinder zerstört worden" (20. Juli 2021); „bleischwere Stimmung", „es wird nie wieder, wie es war" (18. Juli 2021); „Menschen haben alles verloren" (17. Juli 2021). Die Rede war von einem furchtbaren Albtraum, einer Tragödie, dem Zentrum der Katastrophe. Eine Sendung (16. Juli 2021) fokussierte das Ausmaß der Zerstörung und der Verluste (physisch und materiell, Zahlen zu Toten und Vermissten) und thematisierte erneut negative Emotionen (vor allem Verzweiflung und Ungewissheit) und Erfahrungen, beispielsweise im Ort Schuld: „Außer dem eigenen Leben konnten viele nichts retten, für Schuld ist es eine Tragödie, das volle Ausmaß noch nicht sichtbar, die Anzahl der Toten vorläufig." Oder über Altenahr, das bezeichnet wurde als ein „Ort, der im Grunde nicht mehr existiert".

Zum Empowerment der Betroffenen

In der Magazin-Berichterstattung wurden die Themen Emotion und Selbstbefähigung miteinander verknüpft: Menschen halfen einander; viele kamen von außerhalb, sie ließen sich von der Tatkraft anderer anstecken. Sie räumten Keller mit aus und schaufelten Wege frei. Selbsthilfe und gegenseitige Hilfen wurden ebenfalls anhand von persönlichen Geschichten und Zitaten dargestellt. Nachbarschaftshilfe, immense Hilfsbereitschaft und Solidarität skizzierten Varianten von Empowerment: „Wirklich alle helfen" (19. Juli 2021).

Beiträge stärken Handlungsfähigkeit der Betroffenen

Die Wirkungen von privater und staatlicher Hilfe wurden in einem Beitrag einander gegenüberge-

stellt und das Fazit gezogen, dass selbstorganisierte Hilfe der Betroffenen schneller und besser sei als staatliche. Die Beiträge stärkten zudem die Handlungsfähigkeit der Betroffenen, etwa indem ein Feuerwehrmann beschrieb, auf welche Weise Menschen helfen können (17. Juli 2021). In den Sendungen wurden konkrete Anleitungen gegeben, wie man sich vor den Gefahren des Schlamms schützen konnte, Empfehlungen, welche Versicherungen Sinn machten, sowie Hinweise, dass statt Sachspenden Geldspenden nützlicher seien. Darin spiegelte sich das berufsethische Grundverständnis wider, mehrere geeignete Funktionen umzusetzen, wie jene, kritisch und konstruktiv vorzugehen sowie die Betroffenen zu befähigen, die Herausforderungen, die sich ihnen stellten, so gut es ging zu bewältigen.

Die kursorische Analyse der Magazinsendungen und der lokalen Printmedien ergab insgesamt, dass in den Medieninhalten ein Anspruch umgesetzt wurde, der sich auch in den Interviews widerspiegelte: Viele Betroffene fanden es gut, wenn Medien für ihre Situationen Öffentlichkeit herstellten. An diese Einstellung musste man sie aber manchmal ausdrücklich erinnern, schilderte einer der interviewten Journalist*innen aus eigener Erfahrung. Sein Team hatte damit Erfolg: Daraufhin seien sie mit offenen Armen empfangen worden. Es gab allerdings auch Reaktionen, die bis hin zur Feindseligkeit reichten. Auch sie wurden in den Interviews geschildert. Und die *Aktuelle Stunde* (19. Juli 2021) bildete dies ab, indem gezeigt wurde, wie Anwohner ein Kamerateam angegriffen hatten.

9 Praktische Relevanz: Fazit und Ausblick

9.1 Fazit: Journalismus und Gesellschaft – verständigungsorientierte Beziehungspflege

Aus der Flutkatastrophe im Juli 2021 lässt sich vieles lernen, noch dazu, wenn man auf das Ahrtal blickt, die Region, die es besonders schlimm erwischt hat. Diese Lehren lassen sich auf viele Arten von Krisen anwenden: auf Kriege, Terrorangriffe, Gesundheitskrisen oder auf weitere Naturkatastrophen. Vieles liegt an einem selbst, wir haben die Wahl: Mehr Unsicherheit und Ausgeliefertsein oder mehr Resilienz und damit Krisenintelligenz.

Kommunikation ist dabei ein Schlüssel: Die Flutkatastrophe hätte kaum dieses Ausmaß erreicht, wenn die Kommunikation besser funktioniert hätte. Die bedeutsame Rolle der Medien im Krisenverlauf und bei der Aufarbeitung der Krise sowie die daraus zu ziehenden Lehren werden in offiziellen Analysen jedoch weiterhin unterschätzt.

Unsere Studie zeigt nicht nur das. Wir haben über qualitative Interviews Einblick in die Hinterbühne journalistischer Arbeit und in die Erwartungen von Menschen erhalten, die oft über Nacht ein schweres Los erwischt hat. Einen Eindruck davon, wie dies journalistisch umgesetzt wurde, also die Vorderbühne, ermöglichte der punktuelle Abgleich mittels einer Medieninhaltsanalyse von lokaler und überregionaler Berichterstattung.

Bezogen auf Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment ergaben sich übereinstimmende sowie auseinanderklaffende Wahrnehmungen und Ansprüche von Betroffenen und Journalist*innen sowie Differenzen zwischen der Berichterstattungswahrnehmung und der tatsächlich erbrachten Medienleistung.

Betroffene schätzen es, wenn über Berichterstattung öffentlich wird, was ihnen widerfahren ist

Emotional aufwühlende Themen und insbesondere schwere menschliche Schicksale trieben neben den Betroffenen und den ihnen Helfenden auch die Öffentlichkeitsakteur*innen stark um: Über Empathie erschlossen sie sich den Zugang zu den betroffenen Personen, Emotion wurde, anders als insbesondere im Nachrichtenjournalismus lange üblich, ein Thema, über das Sachverhalte viel eindrücklicher vermittelt werden konnten als rein auf Fakten beschränkt. Unsere

Interviews ergaben auch: Gerade jene, die einschneidende Schicksale erleiden, schätzen es oft sehr, wenn durch Berichterstattung öffentlich wird, was ihnen widerfahren ist, also die Öffentlichkeit daran Anteil nimmt und sie sich nicht vergessen fühlen.

Hohes verantwortungsethisches Bewusstsein der Journalist*innen

Hervorhebenswert ist dabei das sich sowohl in der Berichterstattung als auch in den Interviews zeigende hohe verantwortungsethische Bewusstsein; es reicht bis hin zu dem normativen Anspruch an sich selbst, Betroffene in manchen Situationen vor der medialen Öffentlichkeit und vor sich selbst zu schützen und ein durchgeführtes Interview dann doch nicht oder zumindest in Teilen nicht zu publizieren. Zum Ausdruck kam auch, dass manche Berichtende unsicher sind, was sie zumuten beziehungsweise wie sie dies begründen können. Es gibt offenbar einen Nachholbedarf an ethischem Wissen, wie es im Pressekodex niedergelegt ist (Deutscher Presserat o. Dat.), und an einem entsprechendem Praxistraining, durch das man sich Routine bei solchen Abwägungen und beim Argumentieren erwerben kann. Unsere Interviews belegten ferner: So zu berichten und sich auf Menschen mit schweren Schicksalen einzulassen, kostet nicht nur Zeit, sondern auch Kraft. Journalist*innen sind oder fühlen sich damit mitunter alleine gelassen. Verstärkend hinzu kommen die in Krisengebieten zum Beispiel durch Stromausfälle und zerstörte Straßen erschwerten Arbeitsumstände sowie ein Rollen-Druck.

Rollendruck und Rollenerwartungen

Die Interviews zeigten, wie deutlich bei den Betroffenen die Erwartung bestand, dass Journalist*innen sie nicht durch Fragen stören, sondern besser eine Schaufel in die Hand nehmen und helfen sollten. Das schafft Konflikte. Einerseits, weil die Betroffenen zugleich möchten, dass möglichst viel und möglichst kontinuierlich berichtet wird, andererseits weil just Öffentlichkeitsakteur*innen, die professionell agieren und – so wurde es auch mehrfach in den Interviews geäußert – „Mensch sein“ wollen, eine Verunsicherung und einen Rollenkonflikt beschreiben: „Nur“ Journalismus machen und in einer Krise nicht mit anpacken, verursachte bei ihnen ein schlechtes Gewissen. Darin offenbart sich Nachholbedarf an Reflexion über die eigene Rolle und Aufgabe. Dies wird teilweise im Krisenmodus nachgeholt, ebenso die Justierung eines ethischen Kompasses, der einem hilft zu entscheiden, was Journalist*innen – auch wenn das Geschilderte oder Abgebildete eine Zumutung ist – mit welcher Begründung publizieren müssen. All dies zeigten die Interview-Antworten.

In den Medieninhalten spiegelten sich solche Reflexionen nahezu nicht wider. Dies wirft die Frage auf, ob mehr Verständnis bei den Betroffenen

(und Medienrezipient*innen) erzeugt würde – und Berichtende selber an diesem Punkt weniger stark unter Druck stünden –, wenn sie ein solches Dilemma zum Beispiel zwischen Empathie und den Aufgaben sowie Bedingtheiten des Berufs „Journalismus“ transparent(er) machten.

In der Medieninhaltsanalyse und in den Interviews hat sich eine große Offenheit gegenüber Elementen konstruktiven Berichtens gezeigt: Lösungen aufzeigen, das Positive sehen, Menschen motivieren zuzupacken – also Empowerment war allen wichtig. Solche Aspekte wurden auch in den Beiträgen umgesetzt. Doch gerade am Krisenfall erhob sich die Frage, inwiefern in solchen Situationen ein erhöhtes Risiko besteht, dass konstruktives Berichten – verstärkt durch die aus den Interviews ebenfalls deutlich gewordene, hohe Erwartung vieler Betroffener, die „guten Geschichten“ erzählt zu bekommen – in ein „positive/feel-good-washing“ mündet, indem Fortschritte ins Rampenlicht gestellt und schleppende Prozesse, behördliche Fehlleistungen und Vergleichbares nur wenig kritisiert werden, weil dies ja schlechte Stimmung erzeugen, deprimieren oder frustrieren könnte. Sowohl Öffentlichkeitsakteur*innen als auch Betroffene und Helfende haben dies angesprochen und damit implizit auf ein Dilemma hingewiesen.

Hier greift der Aspekt Sachgerechtigkeit, der eine der Untersuchungsebenen war und neben dem wahrheitsgetreuen Berichten und dem gerade in Krisen wichtigen zuverlässigen Informieren der Menschen dazu anhält, ihnen das ganze Bild zu zeigen. Aus den Interviews wird klar: Das Licht sehen zu wollen, bedeutet nicht, den Schatten „übersehen“ zu müssen. Dazu gehören beispielweise Fehlleistungen in der Warn-Kommunikation. Dies hatte fatale Folgen, die auch dank professioneller journalistischer Arbeit nicht unter den Teppich gekehrt werden konnten. In den mit dem Wächterpreis 2024 prämierten Recherchen spiegelt sich die Systemrelevanz von Journalismus wider (Newsroom 2024). Diese Systemrelevanz zeigt sich ebenfalls in der Fähigkeit zu Empathie und zur Resilienz fördernden, motivierenden Berichterstattung und in einer auf Verständigung orientierten Beziehung von Öffentlichkeitsakteur*innen und ihrem Publikum.

9.2 Was tun? Handlungsempfehlungen

Ausgehend von den geführten Interviews und der Medieninhaltsanalyse sowie im Rückgriff auf den Forschungsstand zu Krisenkommunikation, (Krisen-)Journalismus und den jeweiligen Defiziten sowie zu Medienwirkungen werden abschließend einige Handlungsempfehlungen formuliert, die dazu beitragen könnten, die Krisenkompetenz in der Gesellschaft und im Journalismus zu steigern – und die einen Impuls zur Diskussion darstellen sollen.

Die Vorschläge implizieren strukturelle und handwerkliche Ansätze und richten sich zum einen an Medienschaffende – an Journalist*innen, an die redaktionelle Leitung und das Management, sowie an Berufsverbände – und zum anderen an die Medienpolitik sowie ganz zentral an offizielle und bürgerschaftliche Institutionen

im Bereich Katastrophen- und Klimaschutz. Tragfähige, belastbare Risiko- und Krisenplanungen dürfen den Faktor Kommunikation und damit Journalismus als Instanz nicht vernachlässigen.

Und diese Vorschläge (sowie die Studienbefunde) können nützlich sein für bürgerschaftliche Initiativen zur Krisenbewältigung sowie für alle, die sich in einer Zeit der Polykrisen selbst besser auf die Herausforderungen einstellen wollen; dazu gehört auch, die Ansprüche, die Journalismus erfüllen sollte, zu kennen und sie gegebenenfalls einzufordern.

1. Mehr Expertise

Medienhäuser sollten, unterstützt auch durch Berufsverbände, generell ihren Journalist*innen Qualifizierungsangebote für Einsätze in Katastrophengebieten machen und finanzieren sowie die redaktionelle Vor- und Nachbereitung entsprechender Einsätze optimieren. Bislang ist das meistens nur für jene vorgesehen, die aus Kriegsgebieten berichten. Das genügt nicht mehr. Das Beispiel des durch die Flut 2021 massiv betroffenen Ahrtals zeigt, wie schnell man sich in einer Krisenregion vor der eigenen Haustür wiederfinden kann; die klimawissenschaftlichen Erkenntnisse deuten auf eine Häufung von durch Extremwetterereignissen verursachten Vorkommnissen hin. Auch die Corona-Pandemie lieferte ein Beispiel für eine Variante von Krisenberichterstattung, die Journalist*innen sehr herausforderte. Und durch die zunehmend aufgeheizte Stimmung in manchen Teilen der Bevölkerung geraten Journalist*innen mit zunehmender Wahrscheinlichkeit bei ihrer Arbeit in psychisch und körperlich prekäre Situationen, auf die sie besser vorbereitet werden müssen.

Standardprogramm in der Journalismusaus- und -weiterbildung sollten werden:

- Ein Erste-Hilfe-Training und eine Sicherheitsschulung. Dies nicht absolviert zu haben, ist fahrlässig und setzt die Betreffenden vermeidbaren Gefahren aus.
- Psychologische Basiskenntnisse – Fokus: Krise (zu Traumata, zum Umgang mit akut gestressten Menschen, zu Methoden zur eigenen Resilienzförderung, zur Einordnung von häufig vorkommenden Belastungsreaktionen, zu Tools für den Umgang mit eigenen Stresssituationen, zu Mental Health etc.).
- Psychologische Basiskenntnisse – Fokus: Empathie. Die Studie hat die hohe Bedeutung von Journalismus als einer kognitiven wie emotionalen Arbeit belegt. Das dürfte durch vertiefte Kenntnisse zum Umgang mit Emotionen anderer, mit eigenen Emotionen und zur Thematisierung von Emotionen noch besser gelingen (neue Formate, Grenzen unter anderem hin zum Sensationalismus, emotional labor etc.).
- Basiskenntnisse zu ethischen Abwägungen.
- Basiskenntnisse zu Krisen-Szenarien, Warnketten, Statistik.
- Nach Bedarf: technische Spezialkenntnisse und Weiteres.

Flankierend dazu ist die Ausrüstung zu überprüfen und auf einen auch krisentauglichen Stand zu bringen (Beispiele hierfür wären das Sicher-

stellen einer stabilen und guten Netzverbindung und geladene Powerbanks).

2. Mehr Erklärung (Medienkompetenz)

Medien müssen Grundwissen über ihre Arbeitsweisen (Abgabefristen etc.), ihre Funktionen und Rollen als Beobachter, Chronisten, Seismografen vermitteln sowie öffentlich über widersprüchliche Erwartungen reflektieren (Berichten oder Helfen?); sie sollten also aktiv die Medienkompetenz ihres Publikums erhöhen.

3. Tasks Forces in Redaktionen/Medienhäusern bilden

Teams mit unterschiedlichen Kompetenzen und Erfahrungen, die im Krisenfall zusammentreten, müssen unbedingt VOR einem Krisenfall gebildet sein; dort sollten in regelmäßigen Abständen Krisenaspekte diskutiert werden; dadurch lässt sich befördern, dass man im Ernstfall sofort als eingespieltes Team am Start ist.

- In solche Teams sollten Personen aus unterschiedlichen Ressorts und Abteilungen berufen werden; Personen, die im Kriseneinsatz waren, also Erfahrungswissen mitbringen; Personen mit Expertise in Fachbereichen mit hoher Krisenthematik (zum Beispiel Klima/Wetter, Kriege, Terrorismus). Zwingend müssen in solche Teams Personen entsendet werden, die sich mit offiziellen Warnsystemen, Mowas und Warn-Apps auskennen. Ebenfalls obligatorisch sollte mindestens eine Person mit vertiefter psychologischer Expertise im Team sein.
- Sinnvoll dürfte eine fallweise Kooperation mit der Initiative Schutzkodex sein[19], zumal es Krisen geben kann, in denen Journalist*innen Personenschutz brauchen.
- Aufgaben auf der Sachebene könnten sein: Unterstützung für Reporter*innen beim Recherchieren und Faktenprüfen, zumal dies für sie je nach Kontextbedingungen vor Ort sehr schwer sein könnte; ihnen dürfte zumindest situativ helfen, wenn ihnen dann aus der Redaktion zuverlässig zugearbeitet wird.
- Aufgaben auf der Care-Ebene könnten sein: Supervision; obligatorische Pausenpläne und damit systematische Entlastungsphasen.
- Während der Krise müsste es Möglichkeiten geben (Stichwort Syndizierung), journalistisches Expert*innenwissen – zum Beispiel organisiert über Medienhaus-Kooperationen – sehr viel mehr Menschen zur Verfügung zu stellen.
- Diese Teams können auch medienhausübergreifend gebildet werden.
- Nach dem Krisenfall: Aufarbeitung sowie Justierung gegebenenfalls erarbeiteter Richtlinien zur Krisenberichterstattung; Nachbereitungsgespräche auf psychologischer Ebene.

4. Lokal- und Regionaljournalismus durch verbesserte Rahmenbedingungen fördern

Die Systemrelevanz von Journalismus hat sich auch in der Flut-Katastrophe erwiesen, das zeigt

19 https://schutzkodex.de/

sich in dieser Studie deutlich in den Reaktionen der Betroffenen und Helfenden. In einem solchen Krisenfall und angesichts der unübersichtlichen Situationen ist Lokal- und Regionaljournalismus besonders gefordert und gefragt, nicht zuletzt durch seine Orts- und Personenkenntnis und seine Präsenz vor Ort. Er begünstigt auch das Einbinden der Augenzeugenschaft – mittelbar über die teilweise einfachere Kontaktaufnahme zu Betroffenen sowie unmittelbar als journalistische Beobachterperspektive. Medienpolitik könnte den Lokal- und Regionaljournalismus vom auf ihm lastenden Personal- und Kostendruck etwas befreien und eine – die Einmischung in redaktionelle Inhalte ausschließende – finanzielle Förderung zum Beispiel von Aus- und Weiterbildungsprogrammen sowie Krisentrainings auf den Weg bringen.

5. Medien bei Katastrophenlagen besser einbinden

Diese Empfehlung richtet sich an alle in diesem Bereich tätigen Einrichtungen. Bislang wird der Bereich Kommunikation eher am Rande behandelt, journalistische Medien werden darin kaum berücksichtigt. Ein Schlüssel ist das staatliche Verlautbarungsrecht. Es sollte künftig ausgehend vom Mediennutzungsverhalten sowie medienübergreifend, aber nach Mediengattungen differenziert geregelt werden; reichweitenstarke Medienangebote könnten zunächst durch Selbstverpflichtung beziehungsweise im Rahmen einer Änderung des Medienstaatsvertrags in den Katastrophen- und Bevölkerungsschutz integriert werden. Zudem müsste die Auffindbarkeit von Warnhinweisen verbessert werden (zum Beispiel Informationsbanner auf Social-Media-Kanälen); wichtig: die Wirksamkeit des Verlautbarungsrecht sollte auf Extremsituationen eingeschränkt bleiben.

6. Den journalistischen Handwerkskasten voll einsetzen

Journalist*innen sollen kritisieren, was schiefläuft, und aufdecken, wenn etwas vertuscht werden soll. Und sie sollen konstruktiv berichten, mehrere Sichtweisen und – stärker als bislang – auch langfristig ausgerichtete Maßnahmen zeigen, die dazu befähigen, Hochwasser künftig besser zu bewältigen.

- *Konstruktive Elemente differenzierter in Medieninhalten umsetzen.*
  Die Betroffenen erwarten konstruktive Elemente in Medieninhalten, und die Berichtenden bedienen diese – gerade bei Krisenereignissen wie der Flutkatastrophe. Konstruktives Berichten ist keine Art „Allheilmittel“; es wäre riskant, Berichterstattung nur auf konstruktiv ausgerichtete Muster und die diesen entsprechenden Journalismus-Funktionen (Empowerment beispielsweise) aufzubauen. Gerade in schwierigen Situationen nicht nur das Schwierige, sondern auch das Positive und Motivierende zu zeigen, sollte nicht zum „Positiv-Bias“ werden, der Missstände zu wenig thematisiert, also die Kritik- und Kontrollfunktion zurückstellt (zum Beispiel an allem Möglichen, das nicht gut lief – auf welcher Ebene auch immer) oder andere Berichterstattungskonzepte vernachlässigt (zum Beispiel das des investigativen Re-

cherchierens). Professioneller Journalismus nutzt möglichst differenziert den gesamten Handwerkskasten.

- *Langfristige Lösungs- und Handlungsperspektiven kontinuierlich aufgreifen.*
  Jenseits des akuten Ereigniszeitraums blieb der Fokus oft auf eng am Wiederherstellen des alten Zustands orientierten Lösungen. Aspekte, die darauf abzielten, besser auf künftige Krisen vorbereitet zu sein (zum Beispiel: Hochwasserschutzzonen, Nutzen von Warnapps), oder das generelle Thema der Klimaveränderungen aufzugreifen (beim Wiederaufbau nachhaltiges Baumaterial nutzen beziehungsweise dies nicht zu können, da gerade solches Material nicht lieferbar war etc.) spielten keine Rolle. Das kann dem Fokus der Studie geschuldet sein, sei aber trotz dieser Limitation seiner Bedeutsamkeit wegen erwähnt.
- *Auch konstruktives Berichten bedarf der Erklärung.*
  Verstärkt durch die Augenzeugenschaft vor Ort, den direkten Kontakt sowie die diesbezüglich spürbare Erwartung der Betroffenen wurde (unterschiedlich intensiv) ein Rollenkonflikt deutlich: Berichten oder Helfen? Die Antwort ist bis zu einem gewissen Maß individuell, nicht aber, was die Priorisierung anbelangt: Den journalistischen Auftrag zu erfüllen – als Beobachter, Chronist, Seismograf etc.– hat Vorrang. Das schließt nicht aus, in einer bestimmten Situation jemandem etwas zu trinken zu geben, oder ihm über einen Steg zu helfen – menschliche Gesten müssen immer möglich sein. Aber ein Arzt muss eher eine Wunde versorgen und ein*e Journalist*in eher den Beitrag über die Lage vor Ort fertigstellen, als zur Schaufel greifen. Bezogen auf Journalismus muss das erklärt werden, gerade vor Ort und im direkten Austausch mit den Betroffenen, und zwar einschließlich zum Beispiel der Produktionsprozesse mit Abgabefristen; Medien können und sollten nicht davon ausgehen, dass allen klar ist, worin ihre Aufgabe besteht.

Eine Krise wie die Ahrtalflut fügt sich ein in die verbreitete Wahrnehmung, man lebe gegenwärtig in einer „Polykrise“ mit vielschichtigen und komplexen Herausforderungen. Im Krisenfall kommt vieles zusammen: Erstens technisch-organisatorische Fragen, zweitens Verunsicherungen beispielsweise durch Desinformation sowie durch das gegenwärtig generell sinkende Vertrauen in öffentliche Institutionen und Politik, drittens eine durch die vielen involvierten Stakeholder bedingte sehr hohe Komplexität und viertens der teils mehr, teils weniger intensiv geführte Bürger- beziehungsweise Publikumsdialog.

In den Interviews kommt dies mittelbar zum Ausdruck – als Frust über Politik und Institutionen, über deren Überforderung und Versagen – sowie als Gemengelage, für die es weder eine handhabbare und verfügbare Strategie noch eine hinreichende Vorbereitung gab. Oft wurde nicht oder missverständlich kommuniziert, Ansprechpartner waren nicht zu erreichen oder nicht bekannt, die wichtige Rolle der Medien wurde von offizieller Seite aus schon in den Warnketten unterschätzt oder weitgehend übersehen. Hier

mag das ambivalente Vertrauen in Medien auch auf Seiten mancher Funktionsträger*innen noch erschwerend gewirkt haben.

In der Krise wurde offensichtlich, dass die bestehenden Strukturen unzulänglich waren. Die Lehren aus dem Ahrtal legen nahe, den Katastrophenschutz nicht mehr auf lokaler Ebene zu lassen, sondern mit klaren Aufgaben auch auf Landes- und Bundesebene zu verorten, wo die Fäden zusammenlaufen. Es sind Antworten nötig auf zentrale Fragen: Wie ist der aktuelle Stand bei der angekündigten strategischen Neuausrichtung des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK)? Wie ist nun die Zuständigkeit auf Bundes-, Landes- und Kreisebene verteilt? Wie sind die Medien eingebunden? Welche Struktur wurde für Spontanhilfe vorbereitet, und gibt es auch Qualifizierungsmaßnahmen für Helfende? Wie weit ist ein europäisches Wissensnetz?

Der Austausch mit Medienrezipient*innen – beziehungsweise Bürger*innen – ist entscheidend für die Bewältigung vielfältiger Krisen, die ein ähnliches Muster kennzeichnet. Der Umgang miteinander und das Gespräch über die Wahrnehmungen bezogen auf Empathie, Sachgerechtigkeit und Empowerment haben zwar Unterschiede gezeigt, aber auch Missverständnisse geklärt und vor allen Dingen verdeutlicht, dass Verständigung möglich ist. Wichtige Prinzipien sind: Hingehen, hinhören, im Dialog miteinander sein, unterschiedliche Auffassungen aushalten, unterstützen durch journalistische Professionalität – zum Beispiel, indem thematisiert, informiert, recherchiert, kritisiert und gelobt, Mächtigen auf die Finger gesehen wird, indem gezeigt wird, was sich tun lässt und welche unterschiedlichen Sichtweisen, Sorgen und Herausforderungen es gibt. Hier zeigte sich auch ein Unterschied zu nichtprofessionellen Öffentlichkeitsakteur*innen, die sich auf ihre eigene Perspektive konzentrierten und monothematisch vorgingen.

Journalismus im beschriebenen Sinn kann die Resilienz einer Gesellschaft fördern, sie ermächtigen, Krisen besser zu bewältigen. Journalist*innen können dem fatalen, auch als „Flutdemenz“ bezeichneten, Verdrängen ein Konzept der Krisenintelligenz entgegensetzen und Szenarien darlegen sowie Empfehlungen, wie man sich vorbereiten kann, und dadurch auch Vertrauen bilden, motivieren. Resilienz kann man nicht verordnen, sondern sie ist dann erreichbar, wenn es gelingt zu vermitteln, dass sie Sinn macht.

Literaturverzeichnis

Baugut, P. (2017). Politiker und Journalisten in Interaktion. Einfluss des Medienwettbewerbs auf lokale politische Kommunikationskulturen. Springer VS. doi: 10.1007/978-3-658-15368-7.

Baugut, P. & Neumann, K. (2020). Journalistische Verantwortungsethik und sexueller Missbrauch. *M & K*, 4 (2020). doi: 10.5771/1615-634X-2020-4-363.

Baumert, J. (2024). Kommentar: „Malu Dreyer sollte sich jetzt entschuldigen“ In: SWR Aktuell Rheinland-Pfalz (2024), 23.04.2024, https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/koblenz/ahrtal-flut-ermittlungen-keine-anklage-pfoehler-kommentar-100.html.

Baumert, J. (2023). Gab es gezielte Schmutzkampagnen gegen Helfer? In: SWR, 28.04.2023 https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/koblenz/helferstreit-ahrtal-100.html.

Baumgartner, A. (2022) (Hg.). Flut 2021. Helfergeschichten. Kleine Logo Werkstatt.

Beuthner, M., Bomnüter, U. & Kantara, J. A. (2022). Risiko- und Krisenkommunikation auf dem Prüfstand: Herausforderungen für eine überfällige Qualitätsinitiative. In: dies. (Hg.) Risiken, Krisen, Konflikte, S. 1–23.

Bilke, N. (2008). Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus. Springer VS. doi: 10.1007/978-3-531-91137-3.

Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). Interviews mit Experten: Eine praxisorientierte Einführung. Qualitative Sozialforschung. Springer VS. doi: 10.1007/978-3-531-19416-5.

Brosel, J., Diezmann, K, Reschke, T. & Rösseler, M. (2022). Die Flut – Chronik eines Versagens. SWR /WDR, 14.07.2022, https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=0vqJteCBJjc“.

Büchs, W., Haffke, J., Roggenkamp, T., Sander, W. & Schmickler, A. (2023). Spuren der Flut im Ahrtal 2021, hg. von Landschaft und Geschichte LuGeV. im Eigenverlag.

Bundesregierung (Hg.) (2022). Bericht zur Hochwasserkatastrophe 2021: Katastrophenhilfe, Wiederaufbau und Evaluierungsprozesse. https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/veroeffentlichungen/2022/abschlussbericht-hochwasserkatastrophe.pdf?__blob=publicationFile&v=1.

Burkart, R. (2021). Funktionen des politischen Journalismus. In: Prinzing, M. & Blum, R. (Hg.) Handbuch politischer Journalismus. Halem, S. 117–150.

Burr, C., Taddeo, M. & Floridi, L. (2020). The Ethics of Digital Well-Being: A Thematic Review. In: *Sci Eng Ethics* 26, S. 2313–2343. https://doi.org/10.1007/s11948-020-00175-8.

Corbin, J. M. & Strauss, A. L. (2015). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. Sage.

Damasio, A. (2004). Descartes’ Irrtum. Fühlen, Denken und das menschliche Gehirn. Ullstein.

Dela, J. (2022). Flutgeschichten. Schicksale aus dem Ahrtal. Books on Demand.

Deutscher Presserat (o. Dat.). Pressekodex. Ethische Standards für den Journalismus. https://www.presserat.de/pressekodex.html.

Deutsches Komitee Katastrophenvorsorge e.V. (DKKV) (2022). Die Flutkatastrophe im Juli 2021. Ein Jahr danach: Aufarbeitung und erste Lehren für die Zukunft. DKKV-Schriftenreihe Nr. 62. https://dkkv.org/wp-content/uploads/2023/02/DKKV__Schriftenreihe_Juli_2022__Webversion__-_2te_Version_August3.pdf.

Dohle, M. (2021). Hostile Media Effekt. In: Journalistikon. https://journalistikon.de/hostilemedia-effekt/.

Donsbach, W. et al. (2014). Die Flutkatastrophe in Sachsen 2002 im Spiegel der Medien. In: Grün, O. & Schenker-Wicki, A. (Hg.) Katastrophenmanagement: Grundlagen, Fallbeispiele und Gestaltungsoptionen aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Springer, S. 202–227.

DPA (2022). Flutkatastrophe: U-Ausschuss Flut: SWR äußert sich zu Berichterstattung via Zeit-online, 18.03.2022. https://www.zeit.de/news/2022-03/18/untersuchungsausschuss-flut-swr-aeussert-sich-zu-berichterstattung.

Drews, J. (2018). Risikokommunikation und Krisenkommunikation: Kommunikation von Behörden und die Erwartungen von Journalisten. Springer VS.

Ebert, A. (2021). Nichts ist mehr so, wie es vorher war. Eigenverlag.

Eddy, K. & Fletcher, R. (2022). Perceptions of media coverage of the war in Ukraine. Reuters Institute Politics. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/perceptions-media-coverage-war-Ukraine.

Eisenegger, M., Prinzing, M., Ettinger, P. & Blum, R. (Hg.) (2021). Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Springer VS.

ERGO (2022). ERGO Risiko-Report: Über die Risikokompetenz und Eigenverantwortung der Deutschen. https://www.ergo.com/de/Microsites/Risiko-Report/Start/Archiv.

Fekete, A., Baumgarten, C. & Bentler, C. (2021). Motivation im Hochwassereinsatz – Eine Analyse der Zufriedenheit von Einsatzkräften und Helfern in den Hochwassereinsätzen 2021 und 2013 in Deutschland. In: BBK Bevölkerungsschutz 4/2021, S. 38-41.

Fekete, A., Beckers, D. & Hetkämper, C. (2022). Die Flut im Juli 2021. Erfahrungen und Perspektiven aus dem Rettungsingenieurwesen und Katastrophenrisikomanagement. *Integrative Risk and Security Research*,1/ 2022. TH Köln.

Festl, F. (2023). Focus online Earth ist da. Weshalb wir ein Klimabüro im Ahrtal eröffnen. Focus online, 15.02.2023. https://www.focus.de/earth/leben/start-fuer-eine-neue-marke-focus-online-earth-ist-da-weshalb-wir-ein-klima-buero-im-ahrtal-eroeffnen_id_185708019.html.

Fischer, S. & Wipperfürth, M. (2022). Wegen dir bin ich hier: Aus Social Media wird Social Machen. Multimediales Tagesbuch einer Katastrophenbewältigung. Hg. im Eigenverlag.

Floridi, L. (2014): The Fourth Revolution. Oxford University Press.

Gerstenberg, F. (2023). Focus online Earth. Das Klimabüro im Ahrtal: „Ein Standort, der sinnbildlich ist. Focus, o. Dat. https://www.focus.de/klima/focus-online-earth-das-klimabuero-im-ahrtal-ein-standort-der-sinnbildlich-ist_id_185791480.html.

Gigerenzer, G. (2020). Risiko: Wie man die richtigen Entscheidungen trifft. Pantheon.

Gläser, J. & Laudel, G. (2010). Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Springer VS.

Göhlsdorf, N. & Vollmer, A. (2021). Medienökologin über die Flut: „Wir brauchen weniger apokalyptische Bilder“. FAZ, 25.07.2021. https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/flutkatastrophe-medienoekologin-birgitschneider-im-interview-17450750.html.

Grüner, U. & Sauer, C. (Hg.). (2017). Kritisch-konstruktiver Journalismus: Impulse für Redaktionen. Books on Demand.

Hofer, M. (2011). Mitfühlende Rezeption. Der Einfluss von Empathiefähigkeit auf Emotionen bei der Rezeption eines traurigen Spielfilms. *M&K*, 3(2011), S. 324–244.

Hoffmann, A. C. (2020). Traumatisierung am Arbeitsplatz: Über die Auswirkung traumatischer Erlebnisse bei Journalistinnen und Journalisten. *Publizistik*, 65 (10). doi: 10.1007/s11616-020-00595-3.

Hoffmann, A. C. (2021). Journalismus als kognitiver und emotionaler Prozess. In: Löffelholz, M. & Rothenberger, L. (Hg.) Handbuch Journalismustheorien. Springer.

Hopf, C. (2008). Forschungsethik und qualitative Forschung. In: Flick, U., von Kardorff, W. & Steinke, I. Qualitative Forschung: Ein Handbuch. Rowohlt Taschenbuch, S. 589–600.

Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (2024). Aufbauhilfen RLP. Bearbeitungsstand 03.06.2024. https://isb.rlp.de/home/detailansicht/aufbauhilfe-bearbeitungsstand.html.

Ivanova, D. (2023). Das Ahrtal des Mitgefühls. 89 Fragmente aus dem Leben nach der Flut. Barton.

Jäger, T., Daun, A. & Freudenberg, D. (2016) (Hg.). Politisches Krisenmanagement. Wissen, Wahrnehmung, Kommunikation. Springer.

Jordan, C. (2023). Zwei Rücktritte und viele offene Fragen. Tagesschau, 23.04.2023. https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/ahrtal-flut-bilanz-100.html.

Joswig, G. (2021). Verschwörungsideologen im Flutgebiet: Die ausgeschlachtete Katastrophe. taz, 21.07.2021. https://taz.de/Verschwoerungsideologen-im-Flutgebiet/!5781929/.

Kasperson, J. et al. (2003). The Social Amplification of Risk. Assessing Fifteen Years of Theory and Research. In: Pidgeon, N., Kasperson, R.E. & Slovic, P. (Hg.) The Social Amplification of Risk. Cambridge, S. 13–46.

Keim, O. (2018). Third Person Effekt. https://journalistikon.de/third-person-effekt/.

Kepplinger, H.M. (2010). Medieneffekte. Springer VS. doi: 10.1007/978-3-531-92614-8_7.

Kirschstein, G. (2023). Flutkatastrophe Ahrtal. Chronik eines Staatsversagens. Fazit.

Kohring, M. (2005). Wissenschaftsjournalismus. Forschungsüberblick und Theorieentwurf. UVK.

Kohring, M. (2016). Journalismus als Leistungssystem der Öffentlichkeit. In: Löffelholz, M. & Rothenberger, L. (Hg.) Handbuch Journalismustheorien, Springer, S. 165–176.

Kölner Rundschau (2021). Ein Jahr nach der Flut in NRW. Bei Bahn und Straßen viel geschafft – Eine Bilanz. 14.07.2022. https://www.rundschau-online.de/region/ein-jahr-nach-der-flut-in-nrw-bei-bahn-und-strassen-viel-geschafft-eine-zwischenbilanz-der-hochwasser-kastrophe-von-2021-121717.

Köppen, M., Schmidt, K., & Tiefenthaler, S. (2020). Mit vulnerablen Gruppen forschen – ein Forschungsprozessmodell als Reflexionshilfe für partizipative Projekte. In Hartung, S., Wihofszky, P. & Wright, M. (Hg.) Partizipative Forschung. Ein Forschungsansatz für Gesundheit und seine Methoden. Springer VS, S. 21–62. doi: 10.1007/978-3-658-30361-7.

Landesamt für Umwelt RLP (Hg.). Bericht Hochwasser im Juli 2021. https://lfu.rlp.de/fileadmin/lfu/Startseitenbeitraege/2022/Hochwasser_im_Juli2021.pdf.

Leidenberger, J. (2015). Boulevardisierung von Fernsehnachrichten. Eine Inhaltsanalyse deutscher und französischer Hauptnachrichtensendungen. Springer. doi: 10.1007/978-3-658-08094-5.

Leiterer, A. (2021). Reichelt in Rage – Zapp gucken hilft. NDR, 20.10.2021. https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/Reichelt-in-Rage-ZAPP-gucken-hilft,reichelt140.html.

Lückerath, T. (2021). Unterlassene Hilfeleistung: WDR lässt den Westen im Stich. DWDL, 15.07.2021. https://www.dwdl.de/meinungen/83629/unterlassene_hilfeleistung_wdr_laesst_den_westen_im_stich/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term=.

Ludwig, P. Ehmele, F., Franca M.J., Mohr, S., Caldas-Alvarez, A., Daniell, J.E., Ehret, U., Feldmann, H., Hundhausen, M., Knippertz, P., Küpfer, K., Kund, M., Mühr, B., Pinto, J.G., Quinting, J., Schäfer, A.M., Seidel, F. & Wisotzky, C. (2023). A multi-disciplinary analysis of the exceptional flood event of July 2021 in central Europe – Part 2: Historical context and relation to climate change. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 23, S. 1287–1311.

Lünenborg, M. & Medeiros, D. (2023). Zur Bedeutung von Emotionen im Journalismus. In: Meier, K. & Neuberger, C. (Hg.) Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. *3. aktualisierte und erweiterte Auflage*. Nomos, S. 311–336. doi: 10.5771/9783748928522-311.

Lünenborg, M. (2020). Soziale Medien, Emotionen und Affekte. Working Paper SFB 1171 Affective Societies 01/20. https://refubium.fu-berlin.de/handle/fub188/17614 .

Martin, M. (2021). Nichts ist mehr so wie es wAHR. Gezeiten einer Katastrophe. Kleine Logo Werkstatt.

Maurer, M., Reinemann, C. & Kruschinski, S. (2021). Einseitig, unkritisch, regierungsnah? Eine empirische Studie zur Qualität der journalistischen Berichterstattung über die Corona-Pandemie. Rudolf Augustin Stiftung.

McIntyre, K. & Gyldensted, C. (2017). Constructive Journalism: Applying Positive Pschology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), S. 20–34.

Mediasres (2021a). Kritik wegen Unwetter-Berichterstattung. WDR räumt Versäumnisse ein. Isabelle Klein im Gespräch mit M. Borgers und S. Brandenburg. Deutschlandfunk, 15.07.2021. https://www.deutschlandfunk.de/kritik-wegen-unwetter-berichterstattung-wdr-raeumt-100.html.

Mediasres (2021b). Warnung vor Überschwemmungen. Medien und Behörden in der Kritik. Mirjam Kid im Gespräch mit M. Herbstreuth, S. Fries & M. Rieger. Deutschlandfunk, 20.07.2021. https://www.deutschlandfunk.de/warnung-vor-ueberschwemmungen-medien-und-behoerden-in-der-100.html.

Merker, H. (2021). Falsche Freunde in der Flut. Zeit online, 29.07.2021. https://blog.zeit.de/stoerungsmelder/2021/07/29/falsche-freunde-in-der-flut_30898.

Meyrer, J. (2022). Zusammenhalten. Als Seelsorger im Ahrtal. Bonifatius.

Ministerium des Innern Nordrhein-Westfalen (2022a). Lernen aus dem Hochwasser – 10-Punkte Arbeitsplan Hochwasserschutz in Zeiten des Klimawandels. https://www.land.nrw/media/25821.

Ministerium des Innern Nordrhein-Westfalen (2022b). Katastrophenschutz der Zukunft. Abschlussbericht des vom Minister des Inneren berufenen Kompetenzteams Katastrophenschutz. https://www.im.nrw/system/files/media/document/file/berkompetenzteam2_0.pdf.

Molitor, C. (2022). Hass und Helden. Nach der Flut entgleiste die Berichterstattung durch Influencer. *DJV Journal*, 02/2022, S. 18–21.

NDR (2024). Extremes Hochwasser in Niedersachsen. 10.01.2024. https://www.youtube.com/watch?v=-44FQ4Z4xnU.

Neumann, A. (2021). Es war doch nur Regen. Protokoll einer Katastrophe. Gmeiner.

Neumann, A. (2022). Vergiss mal nicht! Eine Denkschrift. Das Jahr nach der Flut an der Ahr und was wir daraus lernen könn(t)en. Gmeiner.

Newsroom (2024). Wächterpreis geht an vier Reporter für Recherchen zur Ahrtalflut, 16.05.2024. https://www.newsroom.de/news/aktuelle-meldungen/journalistenpreise-12/waechterpreis-geht-an-vier-reporter-fuer-recherchen-zur-ahrtalflut-961365/.

Nielsen, R. K. (2016). Folk Theories of Journalism: The many faces of a local newspaper. *Journalism Studies*, 17(7), S. 840–848. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1165140.

Pantti, M. & Wahl-Jorgensen, K. (2021). Journalism and emotional work. *Journalism Studies*, 22. Jg., H. 12, S. 1567–1573. doi:10.1080/1461670X.2021.1977168.

Prinzing, M. (2018). Bewusst alte Muster durchbrechen? Anwaltschaftlicher und konstruktiver Journalismus etc. aus ethischer Perspektive. In: Prinzing, M., Köberer, N. & Schröder, M. (Hg.) Migration, Integration, Inklusion. Medienethische Herausforderungen und Potenziale für die digitale Mediengesellschaft. Nomos, S. 105–120.

Prinzing, M. (2020a). Emotion. (Teil 22). *Communicatio Socialis*, 53(4), S. 494–501. doi: 10.5771/0010-3497-2020-4-494.

Prinzing, M. (2020b). Unwissenheit frisst Journalismus – Journalismus frisst Unwissenheit. Zur Einschätzung der aktuellen Entwicklung von Medien und ihrer Bedeutung für die Demokratie aus Sicht der journalistischen Ethik. In: Grimm, P. & Zöllner, O. (Hg.) Digitalisierung und Demokratie – Ethische Perspektiven. Schriftenreihe Medienethik, Steiner, S. 21–36.

Prinzing, M. (2021). Digitaler Strukturwandel in einer „liquid society“. In: Eisenegger, M., Prinzing, M., Ettinger, P. & Blum, R. (Hg.) Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit. Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Springer VS, S. 433–459.

Prinzing, M. (2022). Was der Ukraine-Krieg auch lehrt: Alle müssen etwas Journalismus können. Tagesspiegel, 17.02.2022. https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/alle-mussen-etwas-journalismus-konnen-4176280.html.

Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2014). Qualitative Sozialforschung: Ein Arbeitsbuch. De Gruyter. doi: 10.1524/9783486719550.

R+V Versicherung (2022). Die Ängste der Deutschen. https://www.ruv.de/newsroom/themenspezial-die-aengste-der-deutschen.

Reichert, M. (2022/23). Die Flut. Warum musste Johanna sterben? SWR/WDR, 01.07.2022/07.07.2023. https://www.ardaudiothek.de/episode/die-flut-warum-musste-johanna-sterben/folge-7-ein-neues-leben-update/ard/94587740/.

Reichert, M. (2023a). Wo ist Franky? https://reportage.wdr.de/wo-ist-franky-zwei-jahre-nach-der-flut-noch-immer-vermisst.

Reichert, M. (2023b). Lange vermisstes Flutopfer Franky ist tot. WDR, 15.11.2023. https://www1.wdr.de/nachrichten/lange-vermisstes-flut-opfer-franky-ist-tot-100.html.

Reichling, D. (2022). Nach der Flut kam die Wut. Opfer des Hochwassers vom Ahrtal. Autobiografischer Roman einer Katastrophe. DeBehr.

Reinecke, L. & Oliver, M. (Hg.) (2017). Handbook of media use and well-being. Routledge.

Reynolds, B. & Seeger, M. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication*, 10(1), S. 43–55. doi: 10.1080/10810730590904571.

Roeser, S. (2012). Risk Communication, Public Engagement, and Climate Change: A Role for Emotions. *Risk Analysis*, 32 (6), S. 1033–1040. doi: 10.1111/j.1539-6924.2012.01812.x.

Sabel, B. & Roschinski, A. (2010). Sekundäre Traumatisierung – Berufsrisiko der Helfer. In Wagner, R. (Hg.) Sekundäre Traumatisierung als Berufsrisiko? Konfrontation mit schweren Schicksalen anderer Menschen. Friedrich-Ebert-Stiftung Landesbüro Sachsen-Anhalt, S.35–46. https://library.fes.de/pdf-files/bueros/sachsen-anhalt/10673.pdf.

Schrader, C. (Hg.) (2022). Über Klima sprechen. Das Handbuch. Oekom.

Schröder, J. (2021). Trending Nummer 918. Meedia, 21.07.2021. https://www.meedia.de/trending/trending-nummer-918-mittwoch-21-juli-2021-das-lohnunternehmen-markus-wipperfuerth-maneskins-beggin-messi-macht-urlaub-a715414ac8b48dd2d3aeac1e955d67d1.

Seidel, J., Lay, H. & Göddertz, M. (2022). Ahrtal unter Wasser. Chronik einer Katastrophe. WDR. https://reportage.wdr.de/chronik-ahrtal-hochwasser-katastrophe.

Spangenberger, U. & Jordan, C. (2024). Flutkatastrophe im Ahrtal. „Ein Schlag ins Gesicht für die Opfer". Tagesschau, 18.04.2024. https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/flutkatastrophe-ahrtal-110.html.

Sprengelmeyer, L., Reimer, J., Immler, H., Loosen, W., Behre, J. & Hölig, S. (2022). „Neutral vermitteln" oder „ermächtigend berichten"? Strukturelle Unterschiede von journalistischem Rollenselbstverständnis und bevölkerungsseitigen Erwartungen. *M & K*, 3 (2022), S. 213–233. doi: 10.5771/1615-634X-2022-3-213.

Staib, J. (2021). Landkreis wurde präzise gewarnt. In FAZ, 30.07.2021. https://www.faz.net/aktuell/politik/inland/flutkatastrophe-in-ahrweiler-landkreis-wurde-praezise-gewarnt-17462450.html.

Steinke, I. (2008). Gütekriterien qualitativer Forschung. In: Flick, U., von Kardorff, W. & Steinke, I. (Hg.) Qualitative Forschung: Ein Handbuch, Rowohlt Taschenbuch, S. 319–331.

Steinke, R. (2021). Lügen aus dem Lautsprecher. Süddeutsche, 29.07.2021. https://www.sueddeutsche.de/politik/querdenker-flutkatastrophe-hochwasser-verfassungsschutz-1.5366801.

Stuttgarter Zeitung (2024). Flutkatastrophe Ahrtal-Ermittlungsende: Hinterbliebene legen Beschwerde ein. 23.04.2024. https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.flutkatastrophe-ahrtal-ermittlungsende-hinterbliebene-legen-beschwerde-ein.ac180f28-808b-408f-9b2e-7b7ad0a621d6.html.

SWR Aktuell Rheinland-Pfalz (2021/2024a). Rekonstruktion einer Katastrophe. Was ist in der Flutnacht passiert? – Ein Protokoll von A. Weidinger. https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/flut-rekonstruktion-ahrtal-protokoll-100.html); (wird aktualisiert).

SWR Aktuell Rheinland-Pfalz (2021/2024b). Dossier: Untersuchungsausschuss zur Flutkatastrophe. https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/dossier-untersuchungsausschuss-hochwasser-flut-katastrophe-rlp-102.html); (wird aktualisiert).

SWR Aktuell Rheinland-Pfalz (2021/2024c). Der Hochwasser-Blog für RLP. Die Lage nach der Flutkatastrophe. https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/live-blog-hochwasser-rlp-126.html) (wird aktualisiert); (wird aktualisiert).

SWR (2022). Die Flut. Ein Jahr danach. Programmschwerpunkt. https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/pressemeldungen/die-flut-ein-jahr-danach-2022-100.html.

SWR Aktuell Rheinland-Pfalz (2022). „Familienzentrum“ in Bad Neuenahr-Ahrweiler. Wegen Amtsanmaßung nach Ahrflut: Strafbefehl für Ex-Oberst der Bundeswehr, 26.10.2022. https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/koblenz/bad-neuenahr-ahrweiler-strafbefehl-fuer-pensionierten-bundeswehroberst-wegen-amtsanmassung-nach-flut-im-ahrtal-100.html.

SWR Aktuell Rheinland-Pfalz (2024). Wut und Unverständnis im Ahrtal über Einstellung der Ermittlungen, 22.04.2024. https://www.ardmediathek.de/video/swr-aktuell-rheinland-pfalz/wut-und-unverstaendnis-im-ahrtal-ueber-einstellung-der-ermittlungen/swr-rp/Y3JpZDovL3N3ci5kZS9hZXgvbzIwMzkwMzc.

Tagesschau (2024). Staatsanwaltschaft Koblenz. Ermittlungen gegen Ex-Landrat im Ahrtal eingestellt, 18.04.2024. https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/ahrtal-ermittlungen-eingestellt-100.html

Töne, Texte, Bilder (2023). Die Flut und die Rolle der Medien. WDR 5 Hintergrund Medien, 15.07.2023. https://www1.wdr.de/mediathek/audio/wdr5/hintergrund-medien/audio-die-flut-und-die-rolle-der-medien-104.html.

Valentini, C., & Kruckeberg, D. (2016). The future role of social media in international crisis. In: Schwarz, A., Seeger, M. & Auer, C. (Hg.) Handbook of international crisis communication research. Wiley Blackwell, S. 478–488.

Von Engelhardt, J. (2015). Leid und Mitleid: Mediendarstellungen humanitärer Katastrophen und deren Wirkung. *In-Mind Magazin*. http://hdl.handle.net/1765/109691 .

Wagner, H., Schönhagen, P., Nawratil, U. & Starkulla, H. (2009). Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft: Ein Lehr- und Studienbuch. Nomos.

WDR (2022). Die Flut – Chronik eines Versagens. ARD Story, 13.07.2022. https://www.daserste.de/information/reportage-dokumentation/dokus/videos/die-flut-chronik-eines-versagens-video-102.html

Wienand, L. (2022a). Ärger im Ahrtal. Fluthelden auf Besatzerkurs. t-online, 06.02.2022. https://www.t-online.de/nachrichten/panorama/katastrophen/id_91503620/aerger-im-ahrtal-fluthelden-auf-besatzerkurs.html.

Wienand, L. (2022b). Ärger im Ahrtal. Flutheld nur noch durch Polizei zu stoppen?. t-online, 26.06.2022. https://www.t-online.de/nachrichten/panorama/katastrophen/id_92336716/nach-flutkatastrophe-aerger-im-ahrtal-muss-die-polizei-die-fluthelden-stoppen-.html.

World Economic Forum. (2023). The Global Risks Report 2023.

World Weather Attribution (2021). Rapid attribution of heavy rainfall events leading to the severe flooding in Western Europe during July 2021. https://www.worldweatherattribution.org/wp-content/uploads/Scientific-report-Western-Europe-floods-2021-attribution.pdf.

Wormer, H. & Karberg, S. (2019). Wissen. Basiswissen für die Medienpraxis. Halem.

Zander, L, Karga, R., Pfad, D. & Bischof, B. (2021). Frau Merkel, bitte hören sie diesen Menschen zu. Bild, 15.09.2021. https://www.bild.de/news/inland/news-inland/flut-opfer-appellieren-frau-merkel-hoeren-sie-diesen-menschen-zu-77681840.bild.html.

Zapp (2021). Nach Hochwasser: Wie helfen Medien im Ahrtal wirklich?. Zapp, 29.9.2021. https://www.youtube.com/watch?v=hcDASGi4w94.

Zurich Versicherung (2022). 2021 floods: will Europe heed the warnings. Analysing the challenges exposed in disaster riskmanagement. https://www.newsroom.zurich.de/documents/zurich-perc-analysis-bernd-english-version-423750.

Alle Links wurden letztmals geprüft am 15.06.2024.

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

Tabelle 1: Übersicht über die Interviewpartner*innen 34
Tabelle 2: Darstellung von Emotionen – lokal und überregional 106
Tabelle 3: Konstruktive Aspekte im Printsample 112
Tabelle 4: Konstruktive Aspekte in der *Tagesschau* 112
Tabelle 5: Konstruktive Aspekte bei *WippiTV* 112

Abbildung 1: Anteile der Flut-Thematik in der WDR Sendung *Aktuelle Stunde* und Anteile der Betroffenen-Perspektive auf Beitragsebene in Sekunden. Untersuchungszeitraum 2021 122
Abbildung 2: Anteile der Flut-Thematik in der WDR-Sendung *Aktuelle Stunde* und Anteile der Betroffenen-Perspektive auf Beitragsebene in Sekunden. Untersuchungszeitraum 2022 123

Hinweise zu den Autorinnen

Prof. Dr. Marlis Prinzing ist Kommunikationswissenschaftlerin. Sie arbeitet als Professorin an der Macromedia Hochschule in Köln und ist Dozentin an den Universitäten Zürich, Fribourg (CH) und Mainz. Ihre Forschungsschwerpunkte sind: Ethik, Innovation, Wissenstransfer, Medienwandel, Medienstrukturen/Public Service Media, Politischer Journalismus und Krisenkommunikation. Sie ist Initiatorin der Charta für Öffentliche Kommunikationswissenschaft, Co-Präsidentin des zugehörigen Vereins und Partnerin der Initiative „Qualität im Journalismus“. Sie studierte Geschichte, Politik und Mathematik und promovierte summa cum laude mit einer Unternehmens- und Branchenanalyse (Energiewirtschaft). Sie übernahm im Hochschulbereich leitende Funktionen, hat jahrelange Berufserfahrung als Journalistin und Moderatorin.

Mira Keßler war von 2018 bis 2022 Kollegiatin an der Graduiertenschule MEDAS21 – Media Development in the 21th century, gefördert von der Volkswagen-Stiftung. In ihrer Dissertation untersucht sie, wie Trainer*innen und Trainees in der internationalen Journalismusweiterbildung ihre Unterschiede verhandeln. Ihre Forschungsinteressen umfassen Journalismusaus- und -weiterbildung, (kulturübergreifende) Kommunikation, Postkolonialismus, De-Westernisierung und qualitative Methoden. Neben ihrem ersten Studium der Archäologie, Geschichte und Kunstgeschichte hat sie einen M.A. in Medienwissenschaft von der Eberhard-Karls-Universität Tübingen. Sie arbeitete auch als Filmemacherin, Medienpädagogin und Journalistin.

Dr. Melanie Radue ist seit Mai 2021 Projektleiterin bei Media in Cooperation and Transition international e. V. (MICT) und übernahm das Projektdesign und -management von zwei Projekten (digitale Sicherheit und Medienförderung) zur Unterstützung kritischer Stimmen aus Myanmar im Land und im Exil. Seit September 2020 ist sie Post-Doc an der Professur für Journalistik der Universität Passau. Zuvor war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Publizistikwissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Schwerpunkte in Forschung und Lehre: Medienfreiheit im internationalen Vergleich, Mediensysteme und politische Transformation, Soziale Bewegungen und Massenmedien, De-Westernisierung und Normativität.

Unter Mitarbeit von:
Franziska Heynatz, Lisa Hölker, Maren Kleinschroth, Balkissou Kondo Ados, Johanna Müller, Julian Scholz. Herzlichen Dank für die Kodierarbeit, für das Mitdenken und für die weitere Unterstützung beim Erstellen des Berichts. Dank gebührt zudem den Teilnehmenden eines Lehrforschungsprojekts an Hochschule Macromedia Köln für die tatkräftige Unterstützung im Kodierprozess.

OBS-Arbeitspapiere Infos und Download: www.otto-brenner-stiftung.de

Nr. 69 ARD, ZDF und DLR im Wandel. Reformideen und Zukunftsperspektiven (Jan Christopher Kalbhenn)

Nr. 68 Engagiert und gefährdet. Ausmaß und Ursachen rechter Bedrohungen der politischen Bildung in Sachsen (Thomas Laux, Teresa Lindenauer)

Nr. 67 Viel Kraft – wenig Biss. Wirtschaftsberichterstattung in ARD und ZDF (Henrik Müller, Gerret von Nordheim)

Nr. 66 Reklame für Klimakiller. Wie Fernseh- und YouTube-Werbung den Medienstaatsvertrag verletzt (Uwe Krüger, Katharina Forstmair, Alexandra Hilpert, Laurie Stührenberg)

Nr. 65 Schlecht beraten? Die wirtschaftspolitischen Beratungsgremien der Bundesregierung in der Kritik (Dieter Plehwe, Moritz Neujeffski, Jürgen Nordmann)

Nr. 64 Arbeitswelt und Demokratie in Ostdeutschland. Erlebte Handlungsfähigkeit im Betrieb und (anti)demokratische Einstellungen (Johannes Kiess, Alina Wesser-Saalfrank, Sophie Bose, Andre Schmidt, Elmar Brähler & Oliver Decker)

Nr. 63 Konzerne im Klimacheck. ‚Integrated Business Reporting' als neuer Ansatz der Unternehmensberichterstattung (Lutz Frühbrodt)

Nr. 62 Auf der Suche nach Halt. Die Nachwendegeneration in Krisenzeiten (Simon Storks, Rainer Faus, Jana Faus)

Nr. 61 Desiderius-Erasmus-Stiftung. Immer weiter nach rechts außen (Arne Semsrott, Matthias Jakubowski)

Nr. 60 Vom Winde verdreht? Mediale Narrative über Windkraft, Naturschutz und Energiewandel (Georgiana Banita)

Nr. 59 Radikalisiert und etabliert. Die AfD vor dem Superwahljahr 2024 (Wolfgang Schroeder, Bernhard Weßels)

Nr. 58 Antisemitismus. Alte Gefahr mit neuen Gesichtern (Michael Kraske)

Nr. 57 Gut beraten? Zur Rolle der Zivilgesellschaft in Sachverständigengremien (Siri Hummel, Laura Pfirter)

Nr. 56 Mehr Wählen wagen? Ungleichheiten beim „Wählen ab 16" und ihre Folgen (Thorsten Faas, Arndt Leininger)

Nr. 55 Arbeitsdruck – Anpassung – Ausstieg. Wie Journalist:innen die Transformation der Medien erleben (Burkhard Schmidt, Rainer Nübel, Simon Mack, Daniel Rölle)

Nr. 54 Mediale Routinen und Ignoranz? Die Sahel-Einsätze der Bundeswehr im öffentlichen Diskurs (Lutz Mükke)

Nr. 53 Das Verblassen der Welt. Auslandsberichterstattung in der Krise (Marc Engelhardt)

Die Otto Brenner Stiftung ...

... ist die gemeinnützige Wissenschaftsstiftung der IG Metall. Sie hat ihren Sitz in Frankfurt am Main. Als Forum für gesellschaftliche Diskurse und Einrichtung der Forschungsförderung ist sie dem Ziel der sozialen Gerechtigkeit verpflichtet. Besonderes Augenmerk gilt dabei dem Ausgleich zwischen Ost und West.

... initiiert den gesellschaftlichen Dialog durch Veranstaltungen, Workshops und Kooperationsveranstaltungen (z. B. im Herbst die OBS-Jahrestagungen), organisiert Konferenzen, lobt jährlich den „Otto Brenner Preis für kritischen Journalismus“ aus, fördert wissenschaftliche Untersuchungen zu sozialen, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischen Themen und legt aktuelle medienkritische und -politische Analysen vor.

... informiert regelmäßig mit einem Newsletter über Projekte, Publikationen, Termine und Veranstaltungen.

... veröffentlicht die Ergebnisse ihrer Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“ oder als Arbeitspapiere (nur online). Die Arbeitshefte werden, wie auch alle anderen Publikationen der OBS, kostenlos abgegeben. Über die Homepage der Stiftung können sie auch elektronisch bestellt werden. Vergriffene Hefte halten wir als PDF zum Download bereit unter: www.otto-brenner-stiftung.de/wissenschaftsportal/publikationen/

... freut sich über jede ideelle Unterstützung ihrer Arbeit. Aber wir sind auch sehr dankbar, wenn die Arbeit der OBS materiell gefördert wird.

... ist zuletzt durch Bescheid des Finanzamtes Frankfurt am Main V (-Höchst) vom 16. November 2023 als ausschließlich und unmittelbar gemeinnützig anerkannt worden. Aufgrund der Gemeinnützigkeit der Otto Brenner Stiftung sind Spenden steuerlich absetzbar bzw. begünstigt.

Unterstützen Sie unsere Arbeit, z. B. durch eine zweckgebundene Spende

Spenden erfolgen nicht in den Vermögensstock der Stiftung, sie werden ausschließlich und zeitnah für die Durchführung der Projekte entsprechend dem Verwendungszweck genutzt.

Bitte nutzen Sie folgende Spendenkonten:
Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zum Schwerpunkt:

- **Förderung der internationalen Gesinnung und des Völkerverständigungsgedankens**

Bank:	**HELABA Frankfurt/Main**
IBAN:	**DE11 5005 0000 0090 5460 03**
BIC:	**HELA DE FF**

Für Spenden mit zweckgebundenem Verwendungszweck zur Förderung von Wissenschaft und Forschung zu den Schwerpunkten:

- **Angleichung der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Ost- und Westdeutschland (einschließlich des Umweltschutzes)**
- **Entwicklung demokratischer Arbeitsbeziehungen in Mittel- und Osteuropa**
- **Verfolgung des Zieles der sozialen Gerechtigkeit**

Bank:	**HELABA Frankfurt/Main**
IBAN:	**DE86 5005 0000 0090 5460 11**
BIC:	**HELA DE FF**

Geben Sie bitte Ihre vollständige Adresse auf dem Überweisungsträger an, damit wir Ihnen nach Eingang der Spende eine Spendenbescheinigung zusenden können. Oder bitten Sie in einem kurzen Schreiben an die Stiftung unter Angabe der Zahlungsmodalitäten um eine Spendenbescheinigung. Verwaltungsrat und Geschäftsführung der Otto Brenner Stiftung danken für die finanzielle Unterstützung und versichern, dass die Spenden ausschließlich für den gewünschten Verwendungszweck genutzt werden.

Aktuelle Ergebnisse der Forschungsförderung in der Reihe „OBS-Arbeitshefte“

- **OBS-Arbeitsheft 113***
  Janine Greyer-Stock, Julia Lück-Benz
  Moderne Wirtschaftsberichterstattung?
  Wie Podcasts auf Spotify und in der ARD Audiothek über Wirtschaft sprechen
- **OBS-Arbeitsheft 112***
  Leif Kramp, Stephan Weichert
  Whitepaper Non-Profit-Journalismus
  Handreichungen für Medien, Politik und Stiftungswesen
- **OBS-Arbeitsheft 111***
  Janis Brinkmann
  Journalistische Grenzgänger
  Wie die Reportage-Formate von funk Wirklichkeit konstruieren
- **OBS-Arbeitsheft 110***
  Henning Eichler
  Journalismus in sozialen Netzwerken
  ARD und ZDF im Bann der Algorithmen?
- **OBS-Arbeitsheft 109***
  Barbara Witte, Gerhard Syben
  Erosion von Öffentlichkeit
  Freie Journalist*innen in der Corona-Pandemie
- **OBS-Arbeitsheft 108***
  Victoria Sophie Teschendorf, Kim Otto
  Framing in der Wirtschaftsberichterstattung
  Der EU-Italien-Streit 2018 und die Verhandlungen über Corona-Hilfen 2020 im Vergleich
- **OBS-Arbeitsheft 107***
  Leif Kramp, Stephan Weichert
  Konstruktiv durch Krisen?
  Fallanalysen zum Corona-Journalismus
- **OBS-Arbeitsheft 106***
  Lutz Frühbrodt, Ronja Auerbacher
  Den richtigen Ton treffen
  Der Podcast-Boom in Deutschland
- **OBS-Arbeitsheft 105***
  Hektor Haarkötter, Filiz Kalmuk
  Medienjournalismus in Deutschland
  Seine Leistungen und blinden Flecken
- **OBS-Arbeitsheft 104***
  Valentin Sagvosdkin
  Qualifiziert für die Zukunft?
  Zur Pluralität der wirtschaftsjournalistischen Ausbildung in Deutschland
- **OBS-Arbeitsheft 103***
  Ingo Dachwitz, Alexander Fanta
  Medienmäzen Google
  Wie der Datenkonzern den Journalismus umgarnt

* Printfassung leider vergriffen; Download weiterhin möglich.

Diese und weitere Publikationen der OBS finden Sie unter www.otto-brenner-stiftung.de
Otto Brenner Stiftung | Wilhelm-Leuschner-Straße 79 | D-60329 Frankfurt/Main

OBS-Arbeitsheft 114

Berichten über Leid und Katastrophen

Die Ahrtalflut 2021 aus Betroffenen- und Mediensicht sowie Lehren für künftige Krisen

www.otto-brenner-stiftung.de