

Der Schumacher-Clan und die Medien

Wer in Krisensituationen nicht informiert, zieht meist den Kürzeren. Als Ausnahme von dieser Faustregel erweist sich der Fall Schumacher. Seit dessen Skiunfall gibt es ein absolutes Informationsverbot – das überraschenderweise bis heute nicht durchbrochen wurde.

Marcus Knill

Der Fall Schumacher ist ein Phänomen. In verschiedenen Beiträgen hielt ich das Schweigen der Kommunikationschefin Sabine Kehm nach dem Skiunfall des Formel-1-Stars für völlig falsch. Wir können davon ausgehen: Wer in Krisensituationen die Informationen verweigert, muss in der Regel damit rechnen, dass Gerüchte, Mutmassungen und Spekulationen Hochkonjunktur haben. Ich kenne kaum Fälle, wo konsequentes Schweigen richtig war. Doch bei Schumacher hatte diese Taktik überraschenderweise Erfolg. Obschon Journalisten und Paparazzi mit allen Mitteln versuchten, Informationen zu erhalten (im Spital, getarnt als Geistliche oder bei der Kioskfrau, wo die Ärzte ihre Zigaretten kaufen usw.), gelang es niemandem, zusätzliche Informationen zu beschaffen. Alle Ärzte schwiegen bis heute konsequent.

Der Fall Michael Schumacher, der am 3. Januar 50 Jahre alt wurde, ist offenbar zu den Akten gelegt. Das Schweigen über die Folgen des Sturzes liess zwar Vermutungen zu, doch es hatte in diesem Fall Erfolg. Ein Phänomen, das beachtenswert ist. Vor drei Jahren versuchte die «Bunte» zu Weihnachten die Auflage mit dem Titel «Schumi kann wieder gehen!» zu erhöhen. Dann tauchten im Herbst 2018 dort gleich zwei Geschichten auf, die den Fans kaum Hoffnung gaben. Ich zitiere «blick.ch»:

So hatte nach dem Unfall der deutsche Musiker Sascha Herchenbach das Lied «Born to fight» für den siebenfachen Weltmeister und dessen Familie geschrieben.

Der Bandleader: «Ich war überrascht, dass ich eine Antwort bekam. Darin schrieb Corinna handschriftlich: «Wir wissen alle, dass Michael ein Kämpfer ist – und er wird nicht aufgeben!» Das plötzlich entdeckte Dokument ist einige Jahre alt ...

Kurz darauf erschien – wieder in der «Bunten» – der deutsche Erzbischof Georg Gänswein auf der Bildfläche. Er plauderte munter drauflos, wie er 2016 den 91-fachen GP-Sieger am Genfersee besuchte. Er hielt ihm auch die Hände. Seine offenen Aussagen waren dem Schumi-Clan wohl ein Dorn im Auge. Denn mit einer einstweiligen Verfügung verbot man den Medien, die Aussagen des Geistlichen weiter zu drucken.

Reden über die Kinder

Transparente Kommunikation oder Ruhe für die Familie? Die Meinungen darüber sind nicht nur bei Kommunikationsberatern, sondern vor allem in den sozialen Medien geteilt. Das Phänomen: Was bei Prominenten (Film-, Musikstars oder Adelshäusern) unmöglich wäre, ist bis jetzt dem Schumi-Clan gelungen: Man schweigt konsequent mit Erfolg. Als Ablenkungsmanöver wird über die erfolgreichen Kinder Mick (Rennsport) und Gina-Maria (Westernreiten) informiert. Man spricht von den Erfolgen Schumis. Die Familie lenkt damit von der Frage nach dem Gesundheitszustand des Ex-Rennfahrers ab. Seine Kinder profitieren nun auf allen Ebenen vom Namen Schumacher. Früher wurden sie von den



Wie geht es Michael Schumacher (hier 2007 mit Frau Corinna)? Zu dieser Frage gibt es seit Jahren keine Auskunft. BILD KEY

Medien ebenfalls völlig abgeschottet. In ihren Interviews geben sie aber keine Auskunft über den Gesundheitszustand des Vaters.

Das Meisterstück von Frau Kehm

Im Dezember führte «Blick» mit der jahrelangen Schumi-Managerin Sabine Kehm in Abu Dhabi eine heftige Diskussion über die Kommunikation, während Formel-3-Europameister Mick bei seinen ersten Formel-2-Testfahrten schon recht flott unterwegs war.

Kehm («Ich bin von der Familie Schumacher angestellt») hat sich Dutzende Male das Video vom Unfall an jenem sonnigen 29. Dezember 2013 angeschaut. Immerhin sagte sie: «Ich kann es einfach immer noch nicht glauben, dass ein so harmlos aussehender Sturz solche Folgen hat.» Diese Aussage verrät immerhin etwas: Der harmlos aussehende Sturz hatte doch gravierende Folgen. Die Schumi-Managerin hatte nicht überlegt, dass sie mit einem Satz mehr gesagt hatte als beabsichtigt.

Sabine Kehm, einer früheren Journalistin («Die Welt»), gelang es immerhin fünf Jahre lang, die Privatsphäre der Familie zu schützen. Das ist ein Meisterstück. Sie musste ständig das Internet nach Lügen absuchen. Es gelang ihr, die zahlreichen Fotoangriffe aus dem Wald oder mit Drohnen oder Helikoptern abzuwehren. Normalsterblichen würde das Geld fehlen, ein so grosses Gelände rund ums Haus in Gland im Waadtland zu bewachen. Auf die Frage, wie es



Zur Person
Marcus Knill

Marcus Knill (www.knill.com) analysiert seit Jahren als Experte für Medienrhetorik Persönlichkeiten. Er schreibt sporadisch für die SN.

Michael Schumacher tatsächlich geht, hat Kehm ab und zu doch ungewollt eine Antwort gegeben: Beispielsweise: «Es geht ihm weiter nicht gut, weil die Hoffnung auf eine Verbesserung des Leidens bei null anlangt ist.» Kehm sagte ferner: «Jede offizielle Meldung aus dem Hause Schumi würde nur wieder die Spekulationen ankurbeln.»

Ein Sonderfall

Für mich ist und bleibt das ungewohnte Krisenkommunikationsverhalten im Fall Schumacher ein Sonderfall. Nach dem schweren Sturz des Schweizer Skirennfahrers Daniel Albrecht in Österreich – er lag ebenfalls lange im künstlichen Koma im Spital Innsbruck – war die transparente, offene Information des Spitals erfolgreich. Ein kleines Team übernahm damals die Information. Den Medien wurde laufend der Istzustand offen beschrieben, ohne auf Mutmassungen und Hypothesen einzugehen. Das Kommunikationskonzept des Spitals hat sich gelohnt. Als Daniel Albrecht später ins Inselspital nach Bern verlegt worden war, schotteten die Informationsverantwortlichen dort den verunfallten Sportler strikt ab. Das Spital hatte mit den Paparazzi schlechte Erfahrungen gemacht. Und gebrannte Kinder scheuen bekanntlich das Feuer. Die Medien beschafften sich infolgedessen bei Angehörigen und bei Swiss-Ski Informationen.

Im jüngsten Interview von Sabine Kehm vom 9. Januar (Quelle F1) in englischer

Sprache zeigt die Schumi-Managerin, dass sie eine Profi-PR-Kommunikatorin ist. Sie gibt lange ausführliche Antworten, ohne in die Details zu gehen, die für die Familie unerwünscht sind. Nach dem Interview gab es auch keine Schlagzeilen mehr. Wir stellen fest: Beim Fall Schumacher hatte erstaunlicherweise das Schweigen Erfolg. Ein Kommunikationsphänomen.

Teure unzulässige Publikationen

Mit ein Grund ist möglicherweise der Umstand, dass alle Medien heute genau wissen, wie teuer eine illegale, unzulässige Publikation oder Foto werden kann, welche die Persönlichkeitsrechte verletzt. Ringier hatte dies erlebt im Fall Borer. Obschon in diesem Fall Stillschweigen vereinbart worden war, sprach man nachträglich von einem Millionenbetrag.

Ein Journalist berichtete mir, dass auch die Regenbogenpresse nicht mehr bereit sei, eine exklusive, heimlich geschossene aktuelle Aufnahme von Schumi, die früher einem Fotografen viel Geld gebracht hätte, zu publizieren. Ein exklusives Bild des angeschlagenen Formel-1-Königs würde nämlich überall zurückgewiesen, weil alle Verlage wüssten, dass dies zum Minusgeschäft würde.

Für Promis eine Gratwanderung

Ganz abgesehen davon, dass es Wichtiges gibt, als zu wissen, wie es Michael Schumacher geht, hat die Öffentlichkeit auf eine Art das Recht, über herausragende Persönlichkeiten informiert zu werden. Das hat zum Beispiel der deutsche Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier 2010 sehr gut gelöst, als es um seine Nierenspende für seine Frau ging. «Man kann nicht den Ruhm wollen und keine Informationen geben.»

Führungskräfte neigen bei Medienanfragen vielfach zum Schweigen. Sie wissen, wer nichts sagt, sagt nichts Falsches. Sie befürchten zudem, vor Mikrofon und Kamera plötzlich mehr zu sagen, als sie sagen wollen. Sie glauben zudem, dass nichts sagen und warten dazu führe, dass die Medien die Angelegenheit vergessen, weil immer wieder «eine andere Sau durchs Dorf getrieben» wird.

Andererseits neigen viele Prominente auch dazu, unbedacht zu reden, anstatt zu schweigen oder Sachverhalte zuerst abzuklären. Sie lassen sich mitunter vorschnell auf Mutmassungen ein und geben Kommentare zu unbestätigten Vermutungen ab. Das Virus «Mediengeilheit» trägt vielfach mit dazu bei, dass jede Medienplattform genutzt wird.

Kommunikationsverantwortliche müssen wissen, wann geschwiegen oder wann und was gesagt werden soll. Es gibt beim Schweigen und beim Reden kein Entweder-oder, sondern nur ein situationsgerechtes Sowohl-als-auch. Reden ist nicht immer Silber, und Schweigen ist nicht immer Gold. Das richtige Wort zur richtigen Zeit zu sagen oder nicht zu sagen, ist wertvoller als Gold. Es ist eigentlich wie ein Diamant, in Platin gefasst.

Anzeige

Café gesucht?

www.shn.ch



FIRMENKOMPASS

Was die Region bewegt. SHN.ch