



## Ethisch kommunizieren in einer Strafuntersuchungsbehörde

# Interview mit Simon Kopp

**Simon Kopp, Leiter Medienstelle bei den Strafuntersuchungsbehörden des Kantons Luzern, ist in seiner Funktion mit den dunklen Seiten unserer Gesellschaft konfrontiert. Er erhält täglich bis zu 40 Medienanfragen zu Vergewaltigungsfällen, Mord und anderen Verbrechen. Im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Interesse, Opferschutz, Politik und der eigenen Befindlichkeit steht er vor ganz besonderen berufsethischen Herausforderungen.**

**Was bedeutet für dich Berufsethik?** Es geht nicht ohne. Gerade in meinem Job, im Bereich des Strafrechts, sind ethische Grundsätze die Grundlage. Es braucht gewisse Regeln, es braucht eine gewisse Ausgewogenheit, Objektivität und Neutralität. Ich habe aber ein wenig das Gefühl, dass man auf weiter Flur allein ist mit dieser Haltung. Kommunikationsschaffende sagen zwar, es sei wichtig, dass man solche Grundsätze habe. Aber man hat dann doch keine Zeit, so etwas zu entwickeln. Oder zu überprüfen, ob sich Personen überhaupt daran halten. Ich finde es aber wichtig. Ich reflektiere auch meine Arbeit und meine Vorgehensweise von Zeit zu Zeit unter ethischen und moralischen Gesichtspunkten. Aber natürlich viel zu wenig. Man müsste es öfters tun.

**Wie reflektierst du dich?** Es gibt zwei Ebenen. Einerseits habe ich für mich bestimmte Kriterien definiert. Die ich übrigens aus dem Journalismus «mitgenommen» habe. Beispielsweise, dass ich immer die Wahrheit sage, Journalisten nicht täusche und keine Falschinformationen verbreite. Und die Medien in

einem gewissen Sinn nicht instrumentalisiere. Sprich: Ich versuche neutral und objektiv zu informieren. Auf der anderen Ebene habe ich eine Person, die meine Auftritte, sei das im Radio, Fernsehen oder in der Zeitung, reflektiert. Die sagt: «Hier warst du überhaupt nicht neutral» oder «mir fällt auf, das geht nicht auf, was du hier verlautet hast.» Das ist aber mit Aufwand verbunden.

**Ist das jemand der sich mit Ethik befasst?** Nein. Es ist aber jemand, mit dem ich früher im Journalismus zusammengearbeitet habe. Für uns sind die journalistischen ethischen Grundsätze jeweils sehr «heilig» gewesen. Wir versuchen diese zu übersetzen – in den neuen aktuellen Arbeitsbereich.

---

«Ich versuche neutral und objektiv zu informieren»

---

**Er ist für dich so etwas wie das Gewissen der Öffentlichkeit?** Absolut. Er ist mein schlechtes Gewissen. Er beurteilt meine Auftritte, ruft mich an und sagt: «Simon, lies das nochmals durch. Bist du da wirklich noch neutral, bist du da nicht im Bereich der Spekulation?». Es kommt auch vor, dass ich ihm Medienmitteilungen schicke, bevor ich sie versende. Einfach um mal zu hören, wie die Inhalte ankommen, wie sie wirken.

**Wenn etwas gut ankommt, gut wirkt, ist es dann auch ethisch legitimiert?** Nein. Also hier fängt genau der Bereich an, bei dem man überlegen muss, was ist jetzt Show und was ist ethisch noch

legitim. Eines der Ziele müsste ja sein, dass unsere Aussagen eben nicht einfach nur auf die Wirkung zielen. Sondern, dass sie faktenrelevant und damit auch auf einer ethisch vertretbaren Basis laufen. Für mich ist es aber die beste Rückmeldung, wenn mir jemand sagt: «Man hat gemerkt, dass du bei diesem Thema neutral bleibst. Man hat dir bei keiner Mimik angesehen, dass du gegen diese Täterschaft persönliche Gefühle hegst. Man hat gesehen, du stellst dich diesem Thema neutral.» Wenn der Zuschauer oder der Leser spürt, was ich zum Beispiel von einem Kinderschänder halte, dann habe ich verloren. Sprich: Ab diesem Moment verlasse ich meine Aufgabe, wirklich neutral zu informieren und die Bevölkerung nicht zu beeinflussen.

**Kinderschänder. Das ist bestimmt nicht einfach...** Ja, das ist extrem schwierig. Ich habe selber zwei Kinder und ich habe jedes Mal ein mulmiges Gefühl, wenn sie in ein Schullager gehen. Denn wir haben bei der Polizei nach solchen Lagern ab und zu Meldungen, dass wieder irgendwo etwas passiert ist. Obwohl bisher alles immer gut lief, ist man selber schon sehr befangen in dieser Welt. Und ich glaube, vielen Leuten ist es nicht bewusst, was es heisst, tagtäglich in solche Akten hineinzublicken und zu sehen, was die dunklen Seiten des Kantons Luzern sind. Und die dunklen Seiten sind manchmal nicht nur dunkel, sondern kohlrabenschwarz. Hier nicht die eigene Meinung sagen zu können und die Medien nicht zu instrumentalisieren für politische Zwecke, hier muss ich manchmal wirklich auf die Zähne beißen. Es wäre ganz einfach. Man könnte über die Medien so schön Polemik und Politik machen. Es wäre wunderbar. Aber das verstehe ich unter ethischem Verständnis, dass ich das nicht ausnütze. Aber es ist wirklich nicht einfach.

**Bist du schon in ein ethisches Dilemma gekommen?** Eigentlich täglich. Ein Beispiel: Es ist mehrere Jahre her. In der Weihnachtszeit ist hier in der Stadt Luzern ein vierjähriges Mädchen von einem Schwarzafrikaner vergewaltigt worden. Jetzt muss man abschätzen: Kommuniziert man oder kommuniziert man nicht. Es war in einer Zeit, als heftige Rassismus-Diskussionen die Medienagenda bestimmten. Ich habe gewusst, wenn ich den Fall in der Weihnachtszeit veröffentliche, dann giesse ich Öl in die Rassis-

mus-Diskussion. Was mache ich jetzt? Einerseits ist es von öffentlichem Interesse und man muss wissen, was in der Stadt Luzern passiert. Andererseits weiss ich, wenn ich den Fall jetzt veröffentliche, gebe ich gewissen Parteien wieder die Möglichkeit, diesen Fall zu instrumentalisieren. Und dieses Dilemma erlebe ich eigentlich täglich.

**Wie hast du dich entschieden – hast du kommuniziert?** Ich habe mit der Veröffentlichung noch zugewartet. Wir wollten das Mäd-

---

«Hier muss ich manchmal wirklich auf die Zähne beißen»

---

chen schützen. Wir haben es kommuniziert, als der Fall vor Gericht kam. Das Mädchen war dann auch in den richtigen Händen. Es hatte Opferberatung. Die Familie war gut aufgehoben und geschützt. Und dann konnte man es in einem «guten Rahmen» kommunizieren. Aber das zerreisst dich fast. Du möchtest sagen: «Schaut mal, was bei uns passiert.» Und auf der anderen Seite weisst du genau, das kann wieder für irgendeinen politischen Zweck missbraucht werden. Das sind wirklich die Hauptdilemmas, in denen ich drin stecke.

**Der Schutz des Opfers, das öffentliche Interesse und der Anspruch deines Arbeitgebers. Drei Erwartungen, drei Interessen und du musst dich für das Richtige entscheiden?** Ja. Hinzu kommt auch noch die eigene Befindlichkeit. Es ist Wut, Traurigkeit und Betroffenheit da. Auch wenn man selber nicht direkt involviert ist. Ich mache das jetzt acht Jahre und ich habe manchmal das Gefühl, als ob ich die erste Medienmitteilung schreibe.

**Wie ein bestimmter Fall kommuniziert wird, was der richtige Weg ist: Ist das schlussendlich Erfahrung?** Es ist noch schwierig auf einen Erfahrungsschatz zurückzugreifen in diesem Bereich. Weil jeder Fall verhält sich anders. Wenn ich eine Mitteilung

publiziere, weiss ich, was die Medien daraus machen. Dort kann ich es ein wenig steuern. Aber wie dann die öffentliche Befindlichkeit dazu ist, das kannst du fast nicht abschätzen. Also ich würde sagen – teilweise Erfahrung, oft vielleicht auch Risiko, oft vielleicht Gottvertrauen und Bauchgefühl. Ein gutes Sensorium zu haben, ist ganz wichtig. Das ist eine Fähigkeit, die man in unserem Job haben muss. Weiter zu denken, was die Information in der Öffentlichkeit bewirkt. Ich finde, das wird von den Kommunikationsfachleuten noch viel zu wenig verlangt.

---

«Wir müssen eigentlich zaubern!»

---

**Stichwort: Werteorientierungswandel, Wertevielfalt. Ist die Wirkung der Kommunikation in der breiten Öffentlichkeit nicht zunehmend schwierig abzuschätzen?** Es ist ein Pokern. Und du kannst im Voraus fast nicht sagen wohin der Puck läuft. Du kannst es nur wenig steuern. Wenn man die Information ein wenig personalisiert, dann könnte es sein, dass sie eher in den Medien aufgenommen wird. Aber die Möglichkeiten, um die Information zu verkaufen – ich sage bewusst verkaufen, denn das ist Teil unseres Jobs – die sind relativ beschränkt. Und ich erlaube mir immer wieder zu sagen: Wir müssen eigentlich zaubern! Wir haben ganz wenig Mittel, mit welchen wir Medien und Kommunikationsarbeit machen können. Du hast die Erwartung deines Arbeitgebers, was er in den Medien haben möchte, du kennst die Realität draussen. Und hier musst du Brücken bauen. Und dies erst noch nach ethischen Grundsätzen.

**Was ist dein Rezept, um all diesen Grundsätzen gerecht zu werden?** Ich wäre froh, wenn es dafür ein Betty-Bossi-Rezept geben würde. Für mich habe ich aber entschieden: Wenn ich zu einem Inhalt nicht stehen kann oder gar befangen bin, dann mache ich es nicht. Dann schicke ich den Verantwortlichen vor. Das habe ich so für mich vereinbart. Ich ziehe einen Joker und deklariere: «Hier sage ich nichts dazu.» Ich biete den Verantwortlichen natürlich an, es so zu kommunizieren,

wie es für mich stimmt. Das heisst vielleicht auch Schwächen im System zu kommunizieren oder Fehler, die man gemacht hat. Aber ich würde mich niemals bereit erklären, eine Unwahrheit zu sagen. Das ist bei uns zum Glück noch nie vorgekommen bzw. es wurde nie von mir verlangt.

**Wo ist dann für dich die Grenze zwischen Wahrheit und Unwahrheit?** Beatrice Tschanz hat einmal schön gesagt: «Du musst immer die Wahrheit sagen. Immer. Das heisst aber nicht, dass du die ganze Wahrheit sagen musst.» Und das ist für mich eine der ganz entscheidenden Richtlinien. Das gibt uns gleichwohl noch ein wenig Spielraum. Wir sagen vielleicht nicht immer ganz alles. Aber wir bleiben bei der Wahrheit.

**Vereinfachung, Thesenjournalismus, Boulevardisierung, Personalisierung. Provokiert dieser Journalismus Mediensprecher manchmal an der Grenze des Vertretbaren zu kommunizieren?** Das macht es sicher schwieriger. Alle Seiten auszuleuchten, das liegt in den heutigen «schnellen» Medien überhaupt nicht mehr drin. Ja, der Thesenjournalismus hat nach meiner ganz persönlichen Erfahrung zugenommen. Wenn mich heute ein Journalist anruft, dann hat er meistens seine Geschichte schon geschrieben. Das habe ich gerade gestern wieder erlebt. Bei einem Lokalfernsehen. Der Journalist sagte: «Herr Kopp, ich bräuchte eigentlich nur noch dieses Sätzchen von Ihnen». Der Journalist hat mir vorgekaut, wie dieses Sätzchen lauten müsste. Und das ist natürlich fatal. Also wenn der Journalismus in diese Richtung geht, dann wird es für uns ja immer schwieriger, Inhalte zu kommunizieren. Deshalb habe ich für jede Medienmitteilung, auch wenn sie zwei Seiten lang ist, einen Satz, der für mich zentral ist. Diesen Satz erwähne ich in jedem Gespräch, diesen Satz «prügeln» ich durch jedes Interview. Diesen Satz will ich im Text, den ich gegenlese, drin haben. Dass ich mit einem minimalen Inhalt - definiert auf einen Satz - mindestens noch etwas sagen kann, das mir wichtig ist. Und nach dem eigentlichen Interview, da braucht es noch eine Nachbetreuung. Ich muss nochmals kontrollieren. Ich muss die Aussagen

überprüfen und dem Journalist ein Feedback geben. Der Aufwand für die Medienarbeit hat sich dadurch verdoppelt, wenn nicht verdreifacht. Und das ist ein knallharter Knochenjob.

**Nicht nur im Journalismus - auch in der PR-Branche läuft wohl nicht alles koscher ab. Es gibt gerade im Bereich der People-PR aktuelle Beispiele, die Anlass geben, das zu vermuten.** Absolut. Wenn man sieht, was diese Berater jetzt machen. Welche Werte sie in der Öffentlichkeit vertreten. Es gibt dort nur einen Hintergrund und das ist der monetäre. Die wollen in erster Linie Kohle machen und prominent sein. Aber: Das hat mit ethischem Handeln überhaupt nichts mehr zu tun. Wahrscheinlich gibt es diesen Scheideweg, wo du dich entscheiden musst, ob du Geld verdienen oder es auf einer Linie eines öffentlichen Betriebs oder für eine Behörde machen willst. Und du dann aber am Abend in Ruhe ins Bett gehen kannst und keine Gewissensbisse hast.

**Sind öffentliche Betriebe und Verwaltungen von ethischen Fragestellungen gefeit?** Es gibt auch in einer öffentlichen Verwaltung eine Direktion, die sagt, sie wolle, dass es so und so erzählt wird. Ich führte ein, dass wir auch Verfahren gegen eigene Leute aktiv kommunizieren. Gesagt habe, es gibt einen Polizisten, der das und das gemacht hat. Der ist aus dem Job «raus», er hat eine Strafe erhalten. Das war nicht nur einfach und wurde auch nicht von allen verstanden. Aber es funktioniert eben nur, wenn man die Werte, die man proklamiert, auch selber lebt. Wir als Strafuntersuchungsbehörde müssen auch selbstkritisch zu Fehlern stehen. Wir müssen diese kommunizieren. So wie wir Fehler von anderen auch kommunizieren. Aber das war Knochenarbeit, das einzuführen. Du stehst überall in diesem Spannungsfeld. Es gibt Erwartungen von oben, sprich von deinem Arbeitgeber. Dann gibt es deine eigenen Erwartungen an die Art und Weise, wie du kommunizieren willst. Wie ehrlich und offen du sein willst. Und dann gibt es die Öffentlichkeit. Das sind drei Kreise und es ist schön, wenn die irgendwie übereinander liegen und einen gemeinsamen Nenner haben. Wenn es

diesen nicht gibt, dann wird es verzwickt.

### **Wie gehst du mit solchen Situationen um?**

Ich hatte kürzlich ein Erlebnis. Es ging um einen Gefängnisausbruch im Kanton Luzern. Ich habe eine Faktenlage falsch kommuniziert. Ich habe eine Nationalität von einem Ausbrecher falsch genannt. Das ist eine lange Geschichte, warum das so ist. Und es ist nicht einmal mein Fehler gewesen. Die Medien haben das gemerkt. Und ich habe mich entschuldigt für diesen, ihn kommuniziert. Und ich bin mit diesem Fehler dann auch auf die Front einer grossen farbigen Zeitung gekommen. Und das tut weh. Wenn du auf der Titelseite liest: «Mediensprecher Strafuntersuchungsbehörde räumt Fehler ein.» Hier habe ich mich sehr schwer getan. Ich bin aber stolz, dass ich dazu stehen konnte. Die Reaktionen von Leuten, die ich nicht mal kenne, waren durchwegs positiv. Aber als ich es eingestehen musste. Das war ganz schwierig. Aber im Nachhinein gesagt: Gott sei Dank habe ich mich wirklich an meine Grundsätze gehalten. Wovon einer auch ist, Fehler zu kommunizieren. Aber es tut weh, zu lesen: «Simon Kopp räumt Fehler ein.»

**Eine Studie aus Deutschland besagt: Nur ein kleiner Teil der PR-Schaffenden denkt, dass die eigene Branche ethisch integer handelt. Was meinst du – wie sieht sich die Schweizer PR-Branche?** Ich glaube nicht, die Schweizer PR-Schaffenden würden sich so radikal negativ einschätzen. Und zwar aus dem ganz einfachen Grund: Die Schweiz ist viel zu klein. Man wird ertappt, wenn man anfängt zu schummeln. Und wenn du in Ungnade fällst, dass du ethisch verwerflich handelst, bist du auf dem Platz Schweiz relativ schnell «verbrannt». Vermutlich sind bei uns auch die Wertmassstäbe noch höher gehalten. Ich unterscheide aber ein bisschen zwischen der rein kommunikativen Branche und PR. Die beiden Tätigkeitsfelder sind für mich schon noch ein wenig unterschiedlich - obwohl es eigentlich in das gleiche hineinspielt.

**Die «reine» kommunikative Branche?** Also für mich ist es reine Kommunikationsarbeit, wenn es nur darum geht, einen Inhalt ganz

neutral zu übermitteln. Einfach so aufbereitet, dass er verständlich ist. Das ist für mich pure Kommunikationsarbeit. PR-Arbeit ist für mich einen Inhalt in einem guten Licht oder mit gewissen wertbegleitenden Adjektiven zu kommunizieren. Für mich hat PR – ich sage es jetzt ganz banal – den Werbeaspekt drin. Und gerade in meinem Bereich darf das nicht sein. Klar verkaufe ich die Polizei über meine Arbeit. Klar will ich sagen, sie ist gut. Aber ich muss hier gegenüber der Öffentlichkeit einen klareren Trennstrich ziehen. Meine Arbeit darf nicht der Hauptzweck sein.

**Wie steht es denn deiner Meinung nach um die Berufsethik in den PR in der Schweiz?** Ich glaube schon, dass ein gewisser Wildwuchs da ist. Insbesondere, dass Medien oft instrumentalisiert werden und Unwahrheiten verbreitet werden.

**Was fördert denn das ethische Verhalten von Kommunikationsschaffenden?** Zu wenig wird es gefördert. Bei den Verbänden stelle ich fest, dass zu wenig Konsequenzen gezogen werden. Das glaube ich, ist nicht unbedingt förderlich. Im schlimmsten Fall wirst du irgendwo ausgeschlossen von einem Verband. Es wird nirgends öffentlich publiziert. Der Normalbürger bekommt das auch nicht mit - also spielt es eine mässige Rolle. Ich sehe eher individuelle Faktoren. Ich plädiere für starke Persönlichkeiten mit einem guten Bauchgefühl und dem nötigen Sensorium. Und eben auch mit einer ethischen Grundhaltung. Das nützt mir mehr - als irgendeine Bibel mit wie vielen... 19 Grundsätzen. Welche ich mal gelesen habe und nun irgendwo in der Schublade liegt. Diese Grundsätze sind zu weit weg vom Puls der Medienarbeit. Kommt hinzu: Sie nützen dir nichts. Es passiert ja nichts - wenn ich mich nicht daran halte. Vielleicht verliere ich irgendwann mal die Glaubwürdigkeit. Aber so lange mich niemand ertappt, passiert hier gar nichts.

**Du empfiehlst ein personifiziertes «schlechtes Gewissen»...** Das war die Lösung für mich. Das kann durchaus auch ein Coach sein. In anderen Berufen hat man «Debriefing» oder man hat sogar Psychothe-

rapeuten oder Supervisionen. Jemand der dich reflektiert und dir ein Korrektiv gibt. Das ist auch gut für die Krisenkommunikation. Dass du dich so jemandem anvertraust, wenn es heikel wird. Der dir sagt: «Spürst du den Puls draussen noch?» Weil am Ende spürst du ihn nicht mehr. Wenn du «im Feuer», in dieser Chaos-Phase bist, dann nimmst du ihn nicht mehr wahr.

**Wo siehst du Ansätze, um unsere Ethik zu stärken?** Unsere Ethik, die definiert sich ja weitgehend über unsere Auftraggeber. Über unsere Chefs. Eine Diskussion mit ihnen über unsere Berufsethik wäre interessant. Sprich: Was für Erwartungen sie eigentlich haben. Wie weit sie voraussetzen, dass wir uns in unseren Funktionen an ethische Grundsätze halten. Weil - eigentlich sind wir in einem ganz engen Gefüge, in dem wir uns nur wenig bewegen können. Aber dieses Gefüge wird ja nicht von uns selber vorgegeben. Sondern insbesondere von unseren Chefs. Wie weit verlangen sie diese überhaupt von uns und inwieweit würden sie intervenieren, wenn wir keine Grundsätze hätten. Wenn sie feststellen würden, dass gelogen wird, dass instrumentalisiert wird.

Besten Dank. Das Gespräch führte Yvonne Raudzus (Autorin der Studie «Einstellungen der Schweizer PR-Profis zur Berufsethik» 2010) am 4. Mai 2010.

## Porträt

Simon Kopp ist Erwachsenenbildner mit langjähriger Erfahrung als Redaktor und Moderator bei Radio und TV (SF DRS). Seit Sommer 2002 Leiter der Medienstelle der Strafuntersuchungsbehörden im Kanton Luzern. Seit mehreren Jahren tätig als Medientrainer u.a. auch für Krisenkommunikation. Seit 2009 Mitglied Schweizerischer Verband für Krisenkommunikation. Seit 2006 doziert er an der Schweizer Journalistenschule MAZ. Er ist Studienleiter des CAS Professionelle Medienarbeit.