

„Ein Drittel der Opfer waren Kinder!“



Christian Schneider (41), Mitglied der Geschäftsleitung bei UNICEF Deutschland, im Gespräch mit Andreas Walter über die Tsunami-Katastrophe in Asien Ende 2004, die Mobilisierung von Spenden und das Buhlen um Aufmerksamkeit einzelner Hilfsorganisationen.

Walter: Herr Schneider, sechs Monate nach der Flut in Asien bezeichnete Bill Clinton die Art der Wiederaufbauhilfe von UNICEF und anderen Organisationen als „Marathon im Sprinttempo“. Kann man sich überhaupt auf solch eine Ausdauerleistung vorbereiten?

Schneider: In der Tat hatte diese Katastrophe für alle Beteiligten eine Dimension, die zuvor noch niemand erlebt hatte. Dennoch kann ich Ihre Frage mit „Ja“ beantworten. Wir waren auf solch ein Ereignis gut vorbereitet. In den meisten Krisenregionen der Welt sind wir mit Büros und einheimischen und internationalen Mitarbeitern schon lange vor Ort, kennen die Region und haben in der jeweiligen Region sehr gute Kontakte.

So hatten wir in Banda Aceh bereits ein Büro und in Colombo koordinierte eine deutsche Kollegin schon vor der Flut die UNICEF-Hilfe in Sri Lanka. Außerdem haben wir in den einzelnen Ländern so genannte „Hubs“. Das sind regionale Lager, in denen wir einen Grundstock an Hilfsgütern vorhalten. Dadurch und mit Unterstützung unseres zentralen Warenlagers in Kopenhagen konnten wir die wichtigsten Hilfsgüter binnen kürzester Zeit verteilen.

Walter: Aber mit den bestehenden Kapazitäten war das doch sicher nicht zu lösen. Wie sind Sie schnell an die notwendigen Informationen gekommen, um Ihre Spender speziell in Deutschland zu mobilisieren?

Schneider: Unsere Kommunikationskollegen in den betroffenen Ländern haben uns sehr schnell mit sehr konkreten Informationen über die Lage und den Stand der UNICEF-Hilfe versorgt. Ein Team in unserer Genfer Europazentrale hat ständig aktuelle Informationen in täglichen Updates an alle 37 Nationalkomitees von UNICEF weitergegeben. Gleichzeitig standen wir in direktem, regelmäßigem Kontakt mit Projektmitarbeitern vor Ort.

Unsere Nothilfe-Einsatzzentrale in New York hat dafür gesorgt, dass rasch die besten und erfahrensten Fachkräfte aus anderen Ländern zusammengezogen wurden. Das gilt für den Aufbau der Wasserversorgung, medizinische Hilfe, Logistik – aber auch für die Kommunikation. So haben Kollegen vor Ort einen Newsdesk eingerichtet, über den kontinuierlich die neuesten Informationen an uns weitergegeben wurden.

Walter: Und woher haben Ihre Kollegen vor Ort die Informationen so schnell bekommen? Sie sind doch sicher auch von den Ereignissen überrannt worden?

Schneider: Absolut. Die Schwierigkeit bestand vor allem darin, dass einerseits die Medien auf sie einstürzten, unsere Mitarbeiter selbst sich aber erst einmal ein Bild von der Situation machen und die Nothilfe vernünftig organisieren mussten.

Viele Büros im Katastrophengebiet waren wegen des Weihnachtsfestes nur notbesetzt. Aufgrund der massiven Zerstörungen waren viele Orte im Hinterland - zum Beispiel in Aceh - kaum erreichbar.

Walter: Von den Vereinten Nationen ist Ihnen die Koordination in solchen Krisenfällen übertragen worden. Das heißt, Sie mussten koordinieren, wer von den Hilfsorganisationen was wann wo macht. Halten sich da eigentlich alle an Ihre Vorgaben?

Schneider: Schön wär 's! Nein im Ernst. Man muss sich natürlich in die Situation im Dezember 2004 hineinversetzen. Theoretisch ist zwar alles klar geregelt. UNICEF zum

„Die Schwierigkeit bestand vor allem darin, dass einerseits die Medien auf sie einstürzten, unsere Mitarbeiter selbst sich aber erst einmal ein Bild von der Situation machen und die Nothilfe vernünftig organisieren mussten.“

Beispiel ist in Katastrophenfällen für bestimmte Bereiche wie Wasserversorgung und Sanitär zuständig. Aber natürlich geht auch bei einer solch komplexen Krise nicht alles nach Plan. Wenn Sie bedenken, dass alleine in den ersten Wochen zig internationale Hilfsorganisationen in einem kleinen Ort wie Banda Aceh eintrafen, bekommen Sie eine Ahnung, dass viel improvisiert werden musste. Bei den großen und in der Nothilfe erfahrenen Organisationen hat das alles überwiegend gut geklappt. Es gibt aber auch immer wieder vor allem kleinere Organisationen, die sich der Koordination und Zusammenarbeit entziehen – oft auch, um sich zu profilieren.



Walter: Das wirft eine andere Frage auf: Gibt es unter den Hilfsorganisationen – vielleicht etwas übertrieben formuliert - einen Wettbewerb um Sichtbarkeit in den Medien?

Schneider: Das ist unbestreitbar. Denn viele Organisationen haben dann – und manche nur dann - die Gelegenheit, sich und das Sammeln von Spenden quasi live zu legitimieren. Allerdings war das beim Tsunami nur bedingt der Fall. Denn es gab zwar enorm viele Hilfsorganisationen vor Ort. Aber das Ausmaß der Krise war so gewaltig und auch das Informationsbedürfnis der Medienvertreter so groß, dass dieses Buhlen um Aufmerksamkeit in den Hintergrund rückte. Dennoch sind auch in dieser Situation einzelne Vertreter von Organisationen mit einem Hang zu Übertreibungen und Sensationalismus aufgefallen. Aber das honorieren die Medien nach unserer Erfahrung überhaupt nicht. Im Gegenteil: Es gab dazu manchen kritischen Kommentar.

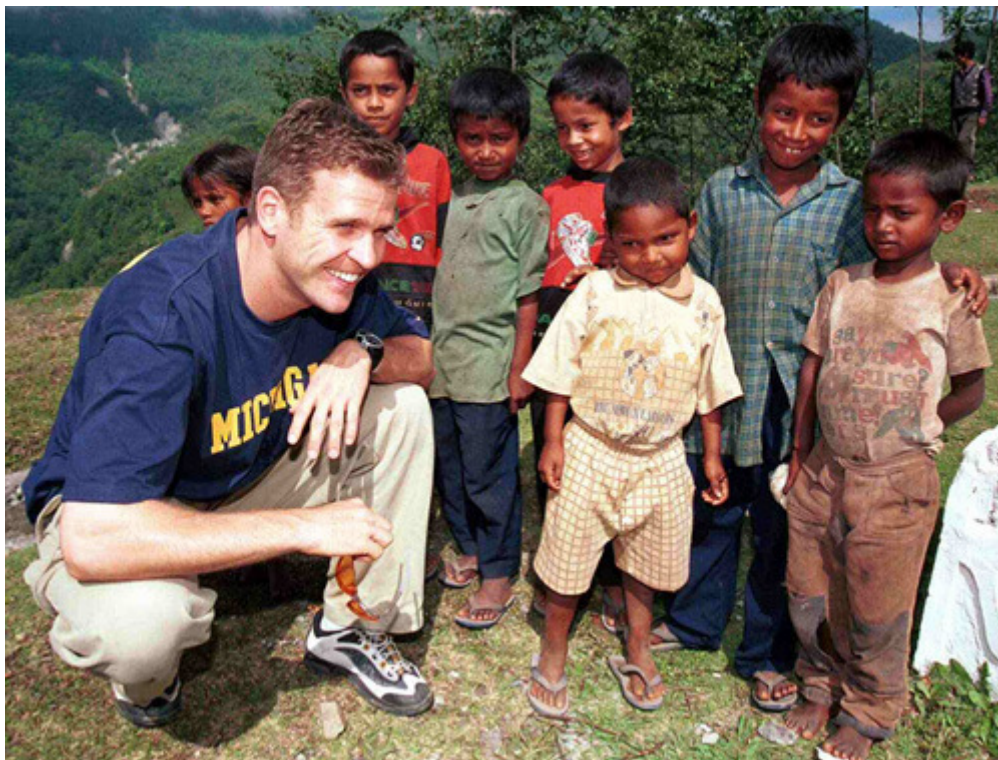
Walter: Nun ist Aufmerksamkeit das eine, die Profilierung einer Organisation das andere. Hat UNICEF generell bestimmte Kernbotschaften oder Werte, die auch beim Tsunami Inhalte und Tenor der Kommunikation bestimmt haben?

Schneider: Unser erster Anspruch ist, sachlich und faktenorientiert zu berichten. Sie werden von uns nie einen marktschreierischen Stil finden. Weder in der textlichen noch in der bildlichen Darstellung. Ein zweiter wichtiger Punkt ist unser Mandat: UNICEF ist die

Kinderhilfsorganisation. Das bedeutet, dass wir Kinder schützen müssen und wollen. Wir zeigen sie nur so, dass es mit ihrer Persönlichkeit vereinbar ist. Die Würde der Kinder darf nicht beschädigt und ihre Rechte dürfen nicht verletzt werden.

Walter: Die Berichterstattung über Krisen und Katastrophen folgt ja in der Regel einer bestimmten Dramaturgie. Bedeutet das vor dem Hintergrund Ihrer letzten Antwort, dass Sie hauptsächlich über die Auswirkungen dieser Katastrophe auf die Kinder berichtet haben?

Schneider: Schwerpunktmäßig sicher. Natürlich waren die ersten zwei, drei Wochen geprägt von einem unglaublichen Informationsbedürfnis der Medien. Was ist passiert? Wie viele Opfer gibt es? Welche Regionen sind besonders betroffen? Dies haben wir aber stets unter dem Blickwinkel der Kinder betrachtet und recherchiert. Schon in den ersten Tagen nach dem Tsunami hat unser Kollege aus Djakarta einen Satz geprägt: „Ein Drittel der Opfer sind Kinder“. Ein Satz, der weltweit zitiert wurde und der deutlich machte: Hier geht es darum, Kinder zu retten.



Nach dieser ersten Phase haben sich die Medien dann einzelnen Spezialthemen gewidmet. Hier haben wir umfassend zu dem Thema „Kinderhandel“ Stellung genommen. Auch dabei half uns, dass wir bereits lange in der Region sind und wissen, dass Kinderhandel in den betroffenen Ländern und Gebieten generell eine Gefahr ist.

Walter: Das haben Sie auch in Deutschland – beispielsweise durch Interviews in Tagesschau und heute journal – nachhaltig thematisiert.

Schneider: Richtig. Ein Nebeneffekt war übrigens, dass uns nach den Interviews unzählige Privatleute anriefen, um zu fragen, ob und wie sie Kinder aus dem Notgebiet adoptieren können.

Um noch auf die nächste Phase der Hilfe zu kommen: Die ist geprägt durch die Berichterstattung über das, was mit den Spenden passiert. Leider ist für diese Phase eine gewisse Ungeduld in den Medien und in der Öffentlichkeit typisch. So wird oft erwartet, dass nach einem Jahr alle Schulen oder Kindergärten wieder stehen. In Banda Aceh haben wir kürzlich bereits die erste große, erdbebensichere Schule eröffnet, die mit deutschen Spenden neu gebaut wurde. In einer Stadt, die unter Schlamm und Trümmern begraben wurde. Das ist unter diesen Umständen keine lange Zeit – verglichen etwa mit dem Wiederaufbau nach dem Hurrikan in den USA oder mit einem Schulneubau hier in Deutschland.

„In Banda Aceh haben wir kürzlich bereits die erste große, erdbebensichere Schule eröffnet, die mit deutschen Spenden neu gebaut wurde. In einer Stadt, die unter Schlamm und Trümmern begraben wurde. Das ist unter diesen Umständen keine lange Zeit.“

Walter: Stichwort Spendenmobilisierung: Befürchten Sie eine Tendenz, dass in naher Zukunft nur noch Förderer und Spender für Katastrophen zu finden sind, die eine entsprechende Plattform und Präsenz in den Medien haben?

Schneider: Ich glaube nicht. Es kommt darauf an, die Menschen auch abseits der medienstarken Notsituationen mit seriösen und gleichzeitig überzeugenden

Informationen über bestimmte Themen und Notlagen von Kindern und ihren Familien zu erreichen. Aber natürlich haben es die Darfurs oder Kongos dieser Welt ungeheuer schwer, Aufmerksamkeit und entsprechend Spenden zu bekommen. Ich habe das in Somalia erlebt, zuletzt in Nord-Uganda und 2004 nach einer Reise mit dem ZDF-Moderator Steffen Seibert nach Darfur. Es ist uns zwar gelungen, Berichterstattung zu erzielen, aber die wirklich große Spendenunterstützung blieb aus. Eben weil es keine Bilder von leidenden Menschen gab. So passiert es, dass wir in Regionen wie Darfur oft nur 30, 40 Prozent des eigentlich für die Hilfe nötigen Geldes zusammenbringen können.

Walter: Aber ist das nicht ein Widerspruch? Einerseits mobilisieren, wie Sie sagen, nur Bilder vom Leid vor Ort die Spender. Andererseits zeigen Sie keine leidenden Kinder?

Schneider: Richtig ist, dass nur eine von den Medien stark berichtete Notsituation, ein so genanntes „media driven emergency“, ein starkes Spendenaufkommen auslöst. Wo wir es selbst in der Hand haben, ist es unsere Aufgabe, Kinder und ihre Familien auf Augenhöhe zu zeigen, gerade in der Not respektvoll mit ihnen umzugehen und über ihre Situation zu berichten. Das sehen auch unsere Spender so, denn für unsere Spendenbriefe und Publikationen können wir offenbar auf Fotos ausgezehrter oder schwer verletzter Kinder verzichten.

Walter: Abschließende Frage: Wie helfen Sie ihren Helfern?

Schneider: UNICEF bietet Mitarbeitern, die aus Krisengebieten kommen, psychologische Hilfe an. Aber man muss ganz klar sagen, dass solche Katastrophen wie Ruanda oder der Tsunami die Helfer weitestgehend alleine lassen. Wer beispielsweise Ruanda erlebt hat, dem kommen die meisten anderen beruflichen Situationen absolut leer vor. Das ist wohl auch ein Grund, warum man bestimmte Kollegen in den Krisengebieten immer wieder trifft. Der Chef unserer Nothilfeabteilung hat mir einmal gesagt, warum er diesen Job trotzdem so liebt: „Es gibt für mich nie einen Zweifel, dass unsere Arbeit für sehr viele Kinder einen sehr großen Unterschied macht. Viele Leute arbeiten ihr ganzes Leben lang ohne dieses Gefühl – ich fühle das jeden Tag.“

ZUR PERSON

Christian Schneider (41), ist **Mitglied der Geschäftsleitung von UNICEF-Deutschland** und leitet dort den Bereich "Grundsatz und Information".

Seit 1998 hat er zahlreiche **afrikanische und asiatische Krisenregionen** besucht - oft mit prominenten UNICEF-Botschaftern wie Oliver Bierhoff, Heide Simonis oder Steffen Seibert. Christian Schneider ist studierter Ethnologe, gelernter Journalist, Ehemann und Vater zweier Töchter.

UNICEF IM NETZ: www.unicef.de