

Maximilian Wirz

Über unerlaubte Migration berichten, aber fair

Eine kritische Betrachtung
der grenzpolizeilichen Pressearbeit

7

zem::dg
papers

Maximilian Wirz

Über unerlaubte Migration berichten, aber fair

Eine kritische Betrachtung der grenzpolizeilichen Pressearbeit

zem::dg
papers

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© **zem::dg**

Zentrum für Ethik der Medien und der digitalen Gesellschaft

Hochschule für Philosophie München

Kaulbachstraße 31/33, 80539 München

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt

Cover & Layout: Susanna Endres, München/Eichstätt

ISBN (print) 978-3-947443-16-1

ISBN (digital) 978-3-947443-17-8

München/Eichstätt 2023

www.zemdg.de

zem::dg-papers
Studien und Impulse zur Medienethik

Herausgegeben von
Claudia Paganini und Annika Sehl

Band 7

Kurzzusammenfassung

Der Umgang der deutschen Gesellschaft mit irregulärer Migration war in den vergangenen Jahren durchaus ambivalent. Prägte im Herbst 2015 zunächst die medial zelebrierte Willkommenskultur gegenüber Kriegsflüchtlingen die Schlagzeilen, waren nach kurzer Zeit zunehmend kritische Tendenzen an diversen Begriffen ablesbar, die eben jene schutzsuchenden Menschen metaphorisch als bedrohliche Naturkatastrophen beschrieben. Spätestens als die Bundesregierung die Polizeipräsenz im Grenzgebiet zu Österreich signifikant erhöhte, wurden die für den Grenzschutz zuständigen Polizeidienststellen Teil dieses konfliktträchtigen Diskurses.

Nicht zuletzt angesichts der oft schwierigen persönlichen Umstände irregulär migrierender Menschen stellt sich die Frage, wie die Polizei angemessen und empathisch über unerlaubte Grenzübertritte informieren kann. Die vorliegende Masterarbeit bietet hierfür sechs praxisorientierte Grundsätze an, die angewendet und fortentwickelt werden wollen. Als deren normative Grundlage wählte der Verfasser Claudia Paganinis *Entwurf einer rekonstruktiven Medienethik*.

INHALT

1 Einleitung	9
2 Die polizeiliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	13
2.1 Klärung zweier zentraler Begriffe	14
2.2 Was bedeutet Public Relations?	14
2.3 Ziele der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	16
2.4 Ethik der Public Relations	17
2.5 PR-Ethik innerhalb der deutschen Polizei	18
3 Unerlaubte Migration in der polizeilichen Pressearbeit	21
3.1 Was unerlaubte Migration bedeutet	22
3.2 Was Schleuserkriminalität bedeutet	24
4 Theorie einer fairen grenzpolizeilichen Pressearbeit	27
4.1 Zur Wahl des normativen Zugangs	38
4.2 Warum Werte für die Medienethik?	29
4.3 Fünf Werte für eine faire grenzpolizeiliche Pressearbeit	30
4.3.1 Transparenz	30
4.3.2 Fairness	32
4.3.3 Respekt	34
4.3.4 Verantwortung	35
4.3.5 Kompetenz	35
4.4 Über die Praxistauglichkeit der Werte für die Medienethik	40
5 Fazit	43
Literatur- und Quellenverzeichnis	47

1 Einleitung

Einleitung

Seit 1991 wird in Deutschland jedes Jahr das „Unwort des Jahres“ gewählt. Dank dieses ungewöhnlichen Wettbewerbs kann man sich bei der Frage, was das wiedervereinigte Deutschland in den vergangenen drei Jahrzehnten umgetrieben hat, das Wälzen dicker Geschichtsbücher sparen. Vorausgesetzt man weiß einigermaßen souverän mit Wissenslücken umzugehen, wie sie sich unweigerlich auftun, wenn eine aus Sprachwissenschaftler*innen und Journalist*innen zusammengesetzte Jury gesellschaftliche Debatten anhand der größtmöglichen verbalen Entgleisung von Einzelpersonen nacherzählt.

Aber warum sollte man eine medienethische Abschlussarbeit zum Thema unerlaubte Migration in der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ausgerechnet mit der Aktion „Unwort des Jahres“ einleiten? Nun, diese Frage lässt sich am besten mit einem Blick auf die Unwörter der vergangenen drei Jahrzehnte beantworten.

Denn bereits bei der allerersten „Verleihung“ dieser bizarren Auszeichnung lieferten sich die Begriffe „ausländerfrei“ und „durchrasste Gesellschaft“ ein fragwürdiges Kopf-an-Kopf-Rennen, welches der vorangestellte Kandidat letztlich für sich entschied. Noch bedenklicher wird es aber, wenn man sich vor Augen führt, wer hier im Jahre 1991 unfreiwillig gegeneinander angetreten war – nämlich ein rechtsextremer Mob gegen den damaligen bayerischen Staatsminister des Innern der Christlich-Sozialen Union (CSU).

Der für die Belange der bayerischen Polizei zuständige Fachminister Edmund Stoiber soll 1988 während eines Hintergrundgesprächs mit Journalist*innen vor einer drohenden „Mischung der Deutschen mit Ausländern“¹ gewarnt haben. Dabei war angeblich der unsägliche Ausspruch gefallen, der in politischen Debatten noch Jahre später immer wieder aus der Mottenkiste geholt wurde.² Während Stoiber seine Äußerungen im Nachhinein bedauerte,³ stellte der Journalist Michael Stiller in der Süddeutschen Zeitung später klar, dass Stoiber tatsächlich nie von einer „durchrassen Gesellschaft“ gesprochen hatte.⁴

Stattdessen habe der CSU-Politiker der damaligen SPD-Spitze vorgeworfen, eine multinationale Gesellschaft anzustreben, welche die Anhängerschaft der Republikaner (REP) wohl als „durchmischt und durchrasst“⁵ bezeichnen würde.⁶ Völlig unverdient ist Stoibers Name also trotzdem nicht mit der Geschichte dieses sprachkritischen Negativtitels verbunden.

1 Unwort des Jahres 2022.

2 Vgl. Schmalz o.J.

3 Vgl. Weiland 2002.

4 Vgl. Stiller 2002.

5 Ebd.

6 Ebd.

Sieht man sich die Unwörter der Folgejahre an, so lässt sich ohnehin schwer bestreiten, dass konservative Parteien in Migrationsdebatten einen der „durchrassten Gesellschaft“ in nichts nachstehenden Duktus regelrecht zu ihrem Markenzeichen gemacht haben. Hierbei wird insgesamt offenkundig, wie stark die Themen Flucht und Migration die Aktion „Unwort des Jahres“ von Anfang an geprägt haben:

„Aufenthaltsbeendende Maßnahmen“ (4. Platz 1992), „Überfremdung“ (1. Platz 1993), „Ausreisezentrum“ (2. Platz 2002), „Freiwillige Ausreise“ (1. Platz 2006), „Flüchtlingsbekämpfung“ (2. Platz 2009), „Integrationsverweigerer“ (2. Platz 2010), „Sozialtourismus“ (1. Platz 2013), „Gutmensch“ (1. Platz 2015), „Volksverräter“ (1. Platz 2016), „Shuttle-Service“ (2. Platz 2017), „Antiabschiebeindustrie“, „Menschenrechtsfundamentalismus“ und „Ankerzentrum“ (1.-3. Platz 2018), „Umvolkung“ (2. Platz 2019), „Rückführungspatenschaften“ (1. Platz 2020) und „Pushback“ (1. Platz 2021).⁷

In den seit Jahren nahezu dauerpräsenten Asyl- und Migrationsdebatten haben jedoch nicht nur die gerade aufgezählten verbalen Entgleisungen Empathie und Fingerspitzengefühl vermissen lassen. Laut Christoph Picker stehe selbst das so unverdächtig leicht über die Lippen gehende Wort Flüchtlingskrise, entgegen manchen hierzulande damit verbundenen Assoziationen, sinnbildlich für eine politische Krise des globalen Nordens, „dem es trotz robuster Volkswirtschaften und hoher Stabilität nicht gelingt, die humanitären Herausforderungen der globalen Fluchtbewegungen zu bewältigen.“⁸ Den in Deutschland von Beginn an darum kreisenden gesellschaftlichen und politischen Diskurs fasst Picker als eine Krise der „Empathiefähigkeit“⁹ mit teils fließenden Grenzen zur Verrohung zusammen.¹⁰

Und damit sei zum Erkenntnisinteresse dieser Abschlussarbeit übergeleitet. Schließlich ist auch die polizeiliche Pressearbeit stets derartigen Stimmungslagen unterworfen. Teilweise prägen Behörden diese sogar ganz entscheidend mit. Es ist daher keinesfalls nebensächlich oder bloß Geschmacksache, was und vor allem wie die Polizei über polarisierende Themen wie Flucht, Migration und Integration öffentlich kommuniziert.

Dass die Polizei aus medienethischer Perspektive unter den vielen Akteur*innen behördlicher Auftragskommunikation in einmaliger Weise hervorsteht, zeigt sich besonders drastisch an der in den Jahren 2020 bis 2022 beobachtbaren Gleichzeitigkeit der Protestbewegung *Black Lives Matter* und einer nicht enden wollenden Serie an besorgniserregenden Polizeiskandalen.

7 Unwort des Jahres 2022.

8 Picker 2020, 5.

9 Ebd.

10 Ebd.

Die damit korrespondierenden gesellschaftlichen Debatten um institutionellen Rassismus, Polizeigewalt und rechte Umtriebe innerhalb deutscher Sicherheitsbehörden strahlten erwartungsgemäß ebenfalls in die Geistes- und Sozialwissenschaften aus. Nach dem bereits 2018 erschienenen Band *Kritik der Polizei*¹¹ von Daniel Loick legten Tobias Singelnstein und Benjamin Derin im Jahr 2022 mit ihrem Buch *Die Polizei: Helfer, Gegner, Staatsgewalt – Inspektion einer mächtigen Organisation*¹² eine kritische, wissenschaftlich fundierte Bestandsaufnahme der Institution Polizei vor.

Nicht zuletzt aufgrund der thematischen Nähe der grenzpolizeilichen Pressearbeit zu den skizzierten gesellschaftlichen Entwicklungen will die vorliegende Abschlussarbeit mithilfe Claudia Paganinis erstmalig im Jahr 2018 veröffentlichten Entwurfs einer rekonstruktiven Medienethik¹³ gegen Ende sechs Grundsätze anbieten, die als eine Art moralische Praxisanleitung eine *faire* grenzpolizeiliche Pressearbeit gelingen lassen sollen. Zuvor werden, nach einer überblicksartigen Darstellung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als Form medialen Handelns, die Besonderheiten der grenzpolizeilichen Pressearbeit herausgearbeitet und die fünf Werte Paganinis medienethischer Theorie auf ihre Praxistauglichkeit geprüft.

11 Vgl. Loick 2018.

12 Vgl. Derin/Singelnstein 2022.

13 Vgl. Paganini 2018.

2 Die polizeiliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die polizeiliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

2.1 Klärung zweier zentraler Begriffe

Noch vor einer Beschäftigung mit der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollen nachfolgend zwei wichtige, aber erklärungsbedürftige Begriffe definiert werden. Zunächst zur grenzpolizeilichen Pressearbeit: Dieser Begriff wurde eigens für die vorliegende Arbeit eingeführt, um die mit dem polizeilichen Aufgabenbereich Grenzschutz zusammenhängenden moralischen Besonderheiten hervorzuheben, dieses Phänomen kompakt darzustellen und somit die Diskussion darüber zu vereinfachen. Was diesen Bereich der polizeilichen Pressearbeit außergewöhnlich macht, wird insbesondere das Kapitel 3 erörtern.

Weiterhin mutet das in der Moralphilosophie ansonsten übliche Prädikat „gut“ im Kontext der grenzpolizeilichen Pressearbeit selbst im kommunikativen Idealfall deplatziert an. So werden unerlaubte Einreiseversuche in der Regel aus menschlich nachvollziehbaren Gründen unternommen und stellen aufgrund Ihrer Begehungsweise keine die einheimische Bevölkerung unmittelbar bedrohende Gefahr dar.

Aus diesem Grund erscheint es angemessener, in einer im moralischen Sinne *fairen* Art und Weise über unerlaubte Migration und Schleusungskriminalität berichten zu wollen. Hierbei gilt es zudem zu berücksichtigen, dass die Polizei nicht objektiv über ihre eigene Arbeit informieren kann, sondern stets zugleich auf ihr eigenes Image bedacht ist. Die diesem Anliegen innewohnende persuasive Komponente schließt damit ein, das in moralischer Hinsicht durchaus diskussionswürdige staatliche Grenzregime als erfolgreich zu inszenieren. Letztlich könnte man das Prädikat „fair“ also aus stilistischen Gründen präferieren, da es im Gegensatz zu „gut“ begrifflich weniger positiv umrahmt, sondern sich auf eine an Gerechtigkeitsüberlegungen angelehnte moralische Kategorie bezieht.

2.2 Was bedeutet Public Relations?

Als Nächstes soll erläutert werden, was man unter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit versteht. Sie wird allgemein als deutschsprachige Version der Public Relations (PR) angesehen und ist als deren Übersetzung weit weniger negativ konnotiert.

Beispielhaft zeigt sich dies an einem am 14. November 2019 unter dem Titel „Alles nur PR? Wie funktioniert das System ‚GRETA THUNBERG‘?“¹⁴ veröffentlichten 13-minütigen Videobeitrag der Fernsehsendung Galileo. Die Produktion des Privatsenders ProSieben hat sich darin kritisch mit der Klimaprotestbewegung auseinandergesetzt. Die gewählte Überschrift illustriert ein weit verbreitetes Vorurteil, dem sich die PR-Branche oft ausgesetzt sieht. Einige Menschen verbinden mit der Buchstabenkombination P und R nämlich Manipulation, Schönfärberei, Inszenierung, Hinhaltetaktiken, Ablenkungsmanöver und schlimmstenfalls sogar Fake.

Die Diskrepanz zwischen dieser Alltagsmeinung und der ersten dokumentierten Verwendung des Begriffs Public Relations könnte kaum größer sein. So soll der Jurist Dorman Eaton im Jahr 1882 damit gemeint haben, dass Unternehmen stets das Wohl der Öffentlichkeit im Blick haben sollten.¹⁵ Offenbar ist es den PR in ihrer über 140 Jahre alten Begriffsgeschichte nicht immer gelungen, diesem Selbstverständnis gemäß zu handeln. Eine gemeinhin anerkannte PR-Definition existiert bis heute nicht, stattdessen kursiert innerhalb der Fachliteratur eine Vielzahl verschieden akzentuierter Begriffsinterpretationen.

Beispielsweise sieht Olaf Hoffmann die Aufgabe der PR vorwiegend in der Legitimation der vertretenen Organisation gegenüber bestimmten als relevant eingestuften Bezugsgruppen in der Gesellschaft.¹⁶ Eine weitere mögliche Erklärung des PR-Begriffs bietet der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) zu Beginn des Deutschen Kommunikationsindex, dem freiwilligen Verhaltenskodex der deutschen PR-Branche, an:

„Die Angehörigen des Berufsfelds Public Relations erfüllen eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe, da sie der Gesellschaft (und den Medien) kontinuierlich Informationen der von ihnen vertretenen Organisationen übermitteln und mit den gesellschaftlichen Gruppen im kommunikativen Austausch stehen.“¹⁷

Wenn Organisationen gezielt Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung nehmen wollen, sprechen die Medienwissenschaften in der Regel von Auftragskommunikation. Im Gegensatz zu Werbung vermittelt PR hierbei lediglich Vorprodukte zur weiteren medialen Verarbeitung.¹⁸ Sozusagen getreu Robert Degs Eselsbrücke: „Public Relations ist, wenn man am Ende in der Zeitung steht.“¹⁹ Lars Rademacher bezeichnet Public Relations dagegen als „ein sozialtechnisches Verfahren, mit dem Organisationen (Unternehmen, Verbände, Parteien etc.) und (juristische oder natürliche) Personen Einfluss gewinnen möchten auf öffentliche Diskussionen, auf Einstellungs- und Meinungsbildung.“²⁰

Mit anderen Worten bedeutet PR bzw. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, dass Organisationen oder Personen durch wohlüberlegte Kommunikation ausgewählte Zielgruppen mit bestimmten Botschaften anzusprechen versuchen, um das eigene Ansehen auszubauen und im Konfliktfall durch geschickte Vermittlung bestmöglich vor Schaden zu bewahren.

Nachdem nun anhand einer kleinen Auswahl an Begriffsdefinitionen dargestellt wurde, was PR bedeuten kann, soll der nächste Abschnitt ihre Aufgaben und Ziele am Beispiel der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit veranschaulichen.

15 Vgl. Hoffmann 2020, 13.

16 Ebd. 14-22.

17 DRPR 2012, 1.

18 Ebd.

19 Deg 2017, 9.

20 Rademacher 2010, 278.

2.3 Ziele der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Hierbei lohnt sich zunächst ein Blick auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Pressefreiheit hat in Deutschland zwar Verfassungsrang und ist in Artikel 5 des Grundgesetzes verankert. Dennoch obliegt die Ausgestaltung der Pressegesetze den Bundesländern. So findet sich beispielsweise im bayerischen Pressegesetz (BayPrG) zum Auskunftsrecht gegenüber Behörden folgender Passus:

„Die Presse hat gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft. [...] Die Auskunft darf nur verweigert werden, soweit auf Grund beamtenrechtlicher oder sonstiger gesetzlicher Vorschriften eine Verschwiegenheitspflicht besteht.“²¹

Darüber hinaus hat die Innenministerkonferenz im Jahr 1993, unter anderem gemeinsam mit dem Deutschen Presserat, ARD, ZDF und mehreren journalistischen Berufsverbänden, elf Verhaltensgrundsätze für das Zusammenwirken zwischen Presse und Polizei vereinbart. Dieses bald 30 Jahre alte Regelwerk soll gewährleisten, dass die Durchführung polizeilicher Aufgaben und die freie journalistische Berichterstattung, insbesondere bei außergewöhnlichen Ereignissen (z. B. Großveranstaltungen, Unglücks- und Katastrophenfällen, schweren Straftaten, Demonstrationen), reibungslos nebeneinander stattfinden können.²²

Die Berichterstattung über unerlaubte Migration ist jedoch äußerst selten von derartigen Großereignissen oder schweren Straftaten geprägt. Daher geht die Initiative im Alltag der grenzpolizeilichen Pressearbeit überwiegend von der Polizei aus. Was aber verspricht sich die Polizei von ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?

Diese Frage soll exemplarisch am Leitbild der Pressestelle der Polizei des Landes Nordrhein-Westfalen diskutiert werden, das auf deren Internetseite veröffentlicht wurde und die eigenen behördlichen Kommunikationsziele offenlegt: Demnach wäre die tagesaktuelle Pressearbeit der Polizei eng an bestimmte Ziele und Maßstäbe angelehnt. Man wolle die Grundlage für eine objektive Berichterstattung in den Medien schaffen, dabei den gesetzlichen Auftrag der Polizei verdeutlichen, der Öffentlichkeit ein objektives Bild der Polizei vermitteln sowie die Bevölkerung anlassbezogen informieren, sensibilisieren und zur Mitwirkung veranlassen.²³

Es mag angesichts der vorangestellten PR-Begriffsklärung etwas irritiert haben, dass Objektivität als erklärter Maßstab der polizeilichen Pressearbeit dienen soll. Immerhin handelt es sich um Auftragskommunikation, die stets zumindest auch auf eine positive Selbstdarstellung bedacht ist. Zugleich verfügt die Polizei als Sicherheitsbehörde naturgemäß über exklusive Informationen, über die Medien nur be-

21 BayPrG 2000, Art. 4.

22 Vgl. Deutscher Presserat o.J.

23 Vgl. Polizei Nordrhein-Westfalen o.J.

richten können, wenn sie von diesen erfahren. Im Umkehrschluss obliegt es damit der Polizei, zu entscheiden, welche Nachricht einem objektiven Bild ihrer selbst zuträglich ist und welche nicht.

Demzufolge wägen die Polizeipressestellen vor jeder Veröffentlichung zwischen konkurrierenden Interessen ab. Da wäre unter anderem der oben aufgeführte Informationsanspruch der (Medien-)Öffentlichkeit zu nennen, der mit einem Kernanliegen der Auftragskommunikation, der Imagepflege, kollidieren kann. Und wo schwierige Entscheidungen zu treffen sind, greifen Menschen gerne auf bewährte Hilfsmittel zurück. Dementsprechend hat sich mit den Jahren innerhalb der PR-Branche eine umfassende Berufsethik herausgebildet.

2.4 Ethik der Public Relations

Die Überschrift des oben erwähnten Galileo-Beitrags sollte exemplarisch darstellen, was den Ruf der PR-Branche gelegentlich belastet. Laut Rüdiger Funiok würden manche Kritiker*innen selbst Werbung für ehrlicher halten. Zwar wären Werbetreibende ebenso der Auftragskommunikation zuzuordnen, jedoch agierten sie im Gegensatz zu den PR immerhin offen persuasiv.²⁴

Deshalb steckt die Notwendigkeit einer PR-Ethik bereits im professionellen Selbstverständnis der Branche. Dem Deutschen Kommunikationsindex gemäß unterliegen Öffentlichkeitsarbeiter*innen unter anderem einer Pflicht zur Wahrhaftigkeit.²⁵ Diese ergibt sich aus dem prinzipiellen Anspruch der adressierten Öffentlichkeit, „umfassend und wahrheitsgemäß informiert zu werden.“²⁶ Würden PR-Schaffende der Täuschung überführt, stünde dies jedoch ihrem Kernanliegen entgegen: Imagepflege und Reputationserhalt im Sinne der auftraggebenden Organisation.

Denn ein schlechtes Image oder ein handfester Skandal bedeuten für Letztgenannte häufig nicht bloß einen immateriellen Nachteil, wie Christian Schicha am Beispiel von Wirtschaftsunternehmen herausstellt. Imageschäden können Unternehmen auch finanziell ganz erheblich treffen und sich regelrecht existenzbedrohend auswirken. Dementsprechend tragen Öffentlichkeitsarbeiter*innen stets die hohe Verantwortung, kommunikativ zu vermitteln, dass die vertretene Organisation den an sie gerichteten Ansprüchen gerecht wird.²⁷

Die eben dargestellten, potenziell konfligierenden Erwartungen, mit denen PR-Schaffende tagtäglich konfrontiert werden, beschäftigen sowohl die Praxis als auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den PR. Welche Handlungsspielräume eine moralisch gute PR-Praxis zulässt, ist nämlich keinesfalls in Stein gemeißelt. Darauf deuten nicht nur die sich vielerorts hartnäckig haltenden Vorbehalte gegenüber der PR-Branche hin. Denn auch die PR-Ethik wurde im deutschsprachigen Raum von Beginn an kontrovers diskutiert.

24 Vgl. Polizei Nordrhein-Westfalen o.J.

25 Vgl. Funiok 2007, 143.

26 Schicha 2019, 167.

27 Ebd. 165-167.

Rademacher zufolge würden die teils verbissen geführten Debatten – unter anderem um die Bedeutung von Wahrheit, Täuschung und Lüge – zur Einigung auf professionsethische Standards bis in die Gegenwart nachwirken. Dabei hat sich eine Vielzahl nationaler wie internationaler PR-Kodizes herausgebildet, zu deren Einhaltung sich Branchenangehörige freiwillig selbstverpflichten.²⁸

Den Anfang machte 1906 die *Declaration of Principles* des US-Amerikaners Ivy Lee, der als Gründervater der PR angesehen wird. In Europa waren vor allem der *Code d' Athenes* aus dem Jahre 1965 und der 1978 entwickelte *Code de Lisbonne* wegweisend. Das Kontrollorgan der deutschen PR-Branche ist der DRPR. Er gilt im Bereich der freiwilligen Medienselbstkontrolle hierzulande als das Pendant des Deutschen Presserats. In seiner Spruchpraxis orientiert sich der DRPR an seinen im Deutschen Kommunikationsindex formulierten Richtlinien sowie an den gängigen nationalen und internationalen Kodizes. Diese werden von allen relevanten deutschen Branchenverbänden anerkannt.²⁹

Jene freiwilligen Selbstverpflichtungen der PR-Branche werden nicht beliebig oder intuitiv erdacht, sondern fußen in der Regel auf tradierten normativen Theorien der Moralphilosophie.³⁰ Damit die vorgenannten Verhaltensgrundsätze im beruflichen Alltag handlungsleitend wirken, müssen sie den PR-Schaffenden jedoch bekannt sein. Zieht man wie Günther Bentele und Rene Seidenglanz die Bekanntheit der Kodizes und des DRPR unter den Berufsfeldangehörigen als Kriterium für das ethische Bewusstsein der PR-Praxis heran, deckt dies gewissermaßen die Achillesverse einer jeden PR-Ethik auf.³¹ Wie wird es also um das ethische Bewusstsein der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bestellt sein?

2.5 PR-Ethik innerhalb der deutschen Polizei

Um diese Frage zu beantworten, wird zu Beginn an die Forschungsergebnisse des Bundespolizisten Rainer Scharf angeknüpft. Dieser hat sich für seine im Jahr 2009 an der Donau-Universität Krems eingereichte Masterthesis damit beschäftigt, inwieweit PR-Ethik die behördliche Pressearbeit beeinflusst. Die zwölf im Rahmen seiner Forschung geführten Expert*inneninterviews hatten ergeben, dass eine bewusste Auseinandersetzung mit PR-Ethik im Alltag der behördlichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht stattfindet.

Eine Ursache hierfür sah Scharf darin, dass Ethik kein Bestandteil der Aus- und Fortbildung der interviewten PR-Verantwortlichen gewesen sei. Auch stellte Scharf fest, dass vornehmlich behördliche Eigeninteressen bestimmten, inwieweit Exekutivbehörden ihrem öffentlichen Informationsanspruch nachkommen. Diese Abwägung würden jene Behörden überwiegend anhand einer nutzenorientierten Folgenabwä-

28 Vgl. Rademacher 2010, 288.

29 Ebd. 281.

30 Vgl. Schicha 2019, 168.

31 Vgl. Bentele/Seidenglanz 2018, 254f.

gung vornehmen. Dass die einschlägigen Selbstverpflichtungskodizes hierbei so gut wie gar nicht diskutiert werden, führte Scharf darauf zurück, dass diese zumindest den ausgewählten Interviewpartner*innen unbekannt waren.³²

Dies hat sich offenbar zehn Jahre später nicht merklich verändert. Zumindest deuten die unter dem Titel *Kommunikation als Profession 2.0 – Das Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Polizei 2019* veröffentlichten Forschungsergebnisse der Deutschen Hochschule der Polizei (DHPol) darauf hin. Die Forschenden hatten 108 Frauen (43,5 %) und 140 Männer (56,5 %) befragt, die zu diesem Zeitpunkt in der polizeilichen Pressearbeit tätig waren.³³ Die für die vorliegende medienethische Betrachtung der grenzpolizeilichen Pressearbeit relevanten Studienergebnisse werden nachfolgend kurz vorgestellt:

So gaben nur 25 % der Befragten an, dass innerhalb ihrer Behörde ein festgelegter Fortbildungsplan für eine Tätigkeit in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit existieren würde. Dies ist gerade vor dem Hintergrund relevant, dass 86 % der Befragten eine klassische Polizeiausbildung absolviert hatten, wogegen nur 14 % extern ausgebildet und später bei der Polizei eingestellt worden waren. 9 % aller Befragten konnten ein Studium der Journalistik, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Publizistik oder eine fachverwandte Hochschulausbildung vorweisen. Insgesamt hatten 52 % an einer Polizeihochschule studiert und 23 % keinen Hochschulabschluss erworben.³⁴

76 % verstanden sich als Mittler*in zwischen Polizei und der Öffentlichkeit. Immerhin 40 % gaben an, hierbei in den vergangenen zwölf Monaten vermehrt mit ethischen Problemstellungen konfrontiert gewesen zu sein.³⁵ Außerdem nahmen die Befragten stetig steigende Transparenzerwartungen vonseiten der Öffentlichkeit wahr, was ihrerseits zu einer erhöhten Vorsicht in der Kommunikation geführt habe.³⁶ Trotzdem überrascht es in Anbetracht der präsentierten Zahlen wenig, dass 51 % der Studienteilnehmer*innen den Deutschen Kommunikationskodex und sogar 74 % den DRPR nicht kannten.³⁷

Selbstverständlich existiert innerhalb der deutschen Polizei eine Vielzahl an Fortbildungsangeboten für Beschäftigte der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Diese sind jedoch in der Regel keine obligatorische Voraussetzung, um in diesem Tätigkeitsfeld eingesetzt zu werden. Deshalb ist zumindest fraglich, ob das durch behördliche Fortbildung generierte Qualifikationsniveau der Bedeutung der Aufgabe gerecht wird. Schließlich beeinflusst die Polizei mit ihrer Pressearbeit maßgeblich, ob und inwiefern ein bestimmtes Kriminalitätsphänomen von der Öffentlichkeit als behandlungsbedürftiges Problem wahrgenommen wird.³⁸ Warum dies im Fall der unerlaubten Migration besonders heikel ist, soll das nächste Kapitel herausstellen.

32 Vgl. Scharf 2009, 103-109.

33 Vgl. Jarolimek et al. 2019, 21.

34 Ebd. 27-30.

35 Ebd. 78.

36 Ebd. 139.

37 Ebd. 100.

38 Vgl. Derin/Singelnstein 2022, 54f.

3 Unerlaubte Migration in der polizeilichen Pressearbeit

Unerlaubte Migration in der polizeilichen Pressearbeit

3.1 Was unerlaubte Migration bedeutet

Unerlaubte, illegale oder auch irreguläre Migration bedeutet, dass Menschen gesetzeswidrig in ein fremdes Land einreisen oder sich dort widerrechtlich aufhalten.³⁹ Laut dem Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI) ist ein solches Handeln gemäß § 95 des Aufenthaltsgesetzes strafbar, „weil diese Taten die ‚Steuerung und Begrenzung des Zuzugs von Ausländern unter Berücksichtigung der Aufnahme- und Integrationsfähigkeit sowie der wirtschaftlichen und arbeitsmarktpolitischen Interessen‘ [...] als Grundlage des gesamten deutschen Aufenthaltsrechts unterlaufen und vereiteln.“⁴⁰

Dieser Gesetzeskommentar erklärt das Kriminalitätsphänomen der irregulären Migration anhand der aus staatspolitischer Sicht wesentlichen schützenswerten Interessen. Im Umkehrschluss wird ebenfalls deutlich, anhand welcher Kriterien die Effektivität der zu ihrer „Bekämpfung“⁴¹ veranlassten staatlichen Maßnahmen bemessen wird. Will man sich dem Phänomen unerlaubte Migration aus moralphilosophischer Perspektive annähern, stellt sich dies etwas komplizierter dar.

Hierbei sei zuallererst an die unstrittige Tatsache erinnert, dass die Menschheitsgeschichte seit der Steinzeit untrennbar mit Migrationsbewegungen verbunden ist. Die systematische Regulierung der internationalen Migration ist dagegen eine vergleichsweise junge Erscheinung, die mit der Herausbildung von Nationalstaaten aufkam. Diese wird im europäischen Raum mit dem Ende des Dreißigjährigen Krieges im Jahr 1648 datiert. Staaten regelten fortan per Gesetz, wer das von ihnen beherrschte Gebiet unter welchen Voraussetzungen betreten durfte und wer nicht. Ausschlaggebend hierfür ist bis heute vor allem die jeweilige Staatsangehörigkeit und demzufolge der Zufall, innerhalb welcher Grenzen ein Mensch in welche Verhältnisse hineingeboren wurde. Diese schicksalsentscheidenden Grenzen hegen damit nicht nur menschliche Freiheit und Lebenswelt ein. Sie sind darüber hinaus willkürlich und artifiziell.⁴²

Ausgerechnet die Ausweitung des Welthandels sorgte infolge der dadurch massiv erhöhten Mobilität schließlich dafür, dass sich Nationen zunehmend zur Einführung strenger Grenzregimes veranlasst sahen. Der globalisierte Kapitalismus tat sein Übriges. In der Folge sind die frappierende Ungleichheit und Armut, kriegerische Konflikte sowie die Auswirkungen des Klimawandels wesentlich mitverantwortlich für die weltweiten Migrationsbewegungen des 21. Jahrhunderts.⁴³

39 Vgl. Hunger/Rother 2021, 180.

40 BMI o.J.

41 Ebd.

42 Vgl. Hunger/Rother 2021, 21.

43 Vgl. Mau 2021, 28-35.

Und damit zumindest mittelbar auch für unerlaubte Migration. Schließlich erschaffen erst die national verbrieften Zugangsregeln, welche Menschen, abseits völkerrechtlicher Verpflichtungen und überwiegend von Nutzenerwägungen geleitet,⁴⁴ in erwünscht und unerwünscht klassifizieren, strafbewehrte Formen der Migration. Unter anderem aufgrund dieser Wirkmechanismen begreift der Soziologe Steffen Mau die heutigen, modernen Grenzregime als hocheffiziente Sortiermaschinen und Ungleichheitsgeneratoren.⁴⁵

Aber nicht nur die Grenzlinien an sich, auch die gesetzlichen Zugangsregeln waren zu keiner Zeit in Stein gemeißelt. Vielmehr sind sie seit jeher von Land zu Land unterschiedlich, änderten und ändern sich fortlaufend.⁴⁶ Migration kann also nicht per se illegal sein. Sie wird illegalisiert. Diese migrationsspezifische Illegalisierung⁴⁷ erklärt der Jurist Tobias Klarmann unter anderem daran, dass ein Handeln kriminalisiert wird, welches nicht an sich schlecht ist. Es kann sogar ausdrücklich erwünscht sein. Man denke nur an den internationalen Tourismus oder die immer wieder umworbenen ausländischen Fachkräfte. Die Strafbarkeit hänge folglich davon ab, dass die Handlung von bestimmten Personen begangen wird. Zwar wären personengruppenspezifische Unterscheidungen dem Strafrecht nicht grundsätzlich fremd – zum Beispiel gibt es sogenannte Amtsdelikte. Ein Sonderstrafrechtsregime für eine privilegierte Personengruppe wie Staatsbedienstete sei jedoch nicht vergleichbar mit einem, welches überwiegend faktisch verstärkt marginalisierte und kriminalisierte Bevölkerungsteile adressiert.⁴⁸

Weiterhin schützen die einschlägigen Strafnormen des Aufenthaltsgesetzes in erster Linie ordnungspolitische Konzepte des Staates. Unerlaubte Migration gefährdet also prinzipiell keine individuellen Grundrechte, sofern sie beispielsweise nicht unter lebensbedrohlichen Umständen stattfindet.⁴⁹ Für die Betroffenen selbst ist ein veriteter unerlaubter Grenzübertritt dagegen meist sehr einschneidend. Um nicht festgenommen, eingesperrt, verurteilt und abgeschoben zu werden, nehmen sie dementprechend oft die Dienste krimineller Schleuserorganisationen in Anspruch.

Da Grenzschutzmaßnahmen nicht nur auf die „Bekämpfung“ unerlaubter Migration, sondern ebenso auf die der Schleusungskriminalität abzielen, soll Letztere im folgenden Abschnitt gleichfalls betrachtet werden. Zuvor sei abschließend auf das begriffliche Verhältnis von Migration und Mobilität hingewiesen. Schließlich überqueren Menschen Grenzen nicht nur für längerfristige Aufenthalte.

44 Vgl. Mau 2021, 83.

45 Ebd. 163.

46 Vgl. Hollstein 2017, 23f.

47 Vgl. u. a. Klarmann 2021, 50.

48 Ebd. 23-26.

49 Vgl. Orrù 2021, 176f.

Während Mobilität nach Mau die „Gesamtheit aller Grenzüberschreitungen“⁵⁰ bezeichnet, meint Migration als Teilmenge der Mobilität die „längerfristige Verlagerung des Lebensmittelpunktes in ein anderes Land.“⁵¹ In der polizeilichen Pressarbeit spielt diese Unterscheidung allerdings insofern eine untergeordnete Rolle, als dort sämtliche illegale Grenzübertritte in der Regel unter unerlaubte Migration subsumiert werden.

3.2 Was Schleuserkriminalität bedeutet

Schleuserorganisationen und Schlepperbanden sind kriminelle Vereinigungen, die aus menschlichem Leid oft skrupellos enorme Profite generieren. Einer Veröffentlichung des Bundeskriminalamtes zufolge haben Schleuser*innen allein im Jahr 2016 weltweit Gewinne in Höhe von insgesamt 5,5 bis 7 Milliarden US-Dollar erzielt.⁵² Warum aber steigen Menschen freiwillig in nicht seetüchtige Boote oder zwingen sich tagelang zwischen tonnenschwerer Ladung in Lkw-Anhänger, obwohl sie doch wissen müssen, dass man bei derartigen Grenzübertrittsversuchen ums Leben kommen kann?

Schlepperbanden werden in der medialen Berichterstattung mitunter regelrecht dämonisiert, was jedoch leicht über die Ursachen der lebensgefährlichen Schleuserpraktiken hinwegtäuscht. Hier wäre an erster Stelle die faktisch vorhandene immense Nachfrage seitens der migrationswilligen Menschen als eine Art ökonomische Tatsache zu nennen.⁵³ Es gibt keine Schleusung ohne Geschleuste. Denn versuchen Menschen, die europäischen Grenzen ohne die nötigen Papiere auf eigene Faust zu überqueren, laufen sie große Gefahr, durch die dortigen Grenzpolizeibehörden festgenommen und schlimmstenfalls in ihre Herkunftsländer abgeschoben zu werden.

Gleichzeitig bedeuten eine Festnahme durch Grenzschutzorganisationen sowie die häufig darauffolgenden Rückführungsmaßnahmen für die Betroffenen nicht nur ein finanzielles Fiasko. Das der Ergreifung meist vorausgegangene, teils monate- und jahrelange Ausharren unter menschenfeindlichen Umständen, die Aufgabe des persönlichen Eigentums oder auch das Zurücklassen der Familie prägen grenzpolizeiliche Fahndungserfolge auf tragische Weise.

Auch deshalb nehmen viele Menschen trotz horrender Preise die Angebote vorgeblich oder tatsächlich ortskundiger Schleuserorganisationen an. Denn diese versprechen, sie illegal, aber unentdeckt an den Grenzkontrollen vorbei in ihren Zielstaat zu bringen. Um einer Festnahme durch Grenzpolizeibehörden wirksam vorzubeugen, minimieren Schleusergruppen ihre persönlichen Risiken dabei meist auf Kosten der zahlenden Geschleusten und bringen diese nicht selten in ernsthafte Lebensgefahr.

Wie unerlaubte Migration gibt es allerdings auch den Menschenschmuggel nur, weil es Grenzen mit Zugangsregeln gibt. Dementsprechend haben Schleuserringe paradoxerweise sogar ein Interesse daran, dass strenge Grenzkontrollen stattfinden.

50 Mau 2021, 82.

51 Ebd.

52 Vgl. Bundeskriminalamt o.J.

53 Vgl. Würz 2021.

Sonst nähme schließlich niemand mehr ihre Dienste in Anspruch.⁵⁴ Denn „[s]olange [...] die globalen Migrationswünsche die gegebenen legalen Möglichkeiten bei weitem übersteigen und solange das Überqueren von Grenzen nur unter bestimmten legalen Bedingungen möglich ist, wird der Menschenschmuggel auch weiter existieren.“⁵⁵

Dieses dritte Kapitel sollte herausstellen, warum die grenzpolizeiliche Pressearbeit als moralischer Drahtseilakt zu verstehen ist, der eine umsichtige behördliche Kommunikation erfordert. Wie dies mithilfe der Medienethik gelingen könnte, soll das folgende Kapitel darlegen.

54 Vgl. Neske 2007, 286-288.

55 Neske 2007, 288.

4 Theorie einer fairen grenz- polizeilichen Pressearbeit

4 Theorie einer fairen grenzpolizeilichen Pressearbeit

4.1 Zur Wahl des normativen Zugangs

Auf der Grundlage der zuvor aufgezeigten Besonderheiten der Kriminalitätsphänomene unerlaubte Migration und Schleusungskriminalität soll nun herausgearbeitet werden, wie Grenzpolizeibehörden *fair* darüber berichten können.

Das theoretische Fundament dieser medienethischen Reflexion sind die fünf Werte Paganinis rekonstruktiver Medienethik, die auf einem an Tom L. Beauchamps und James F. Childress' Prinzipienethik⁵⁶ orientierten normativen Zugang beruhen. Diesen auch ‚Principlism‘ genannten Ansatz charakterisiert, dass zur Lösung eines moralischen Problems nicht ein umfassendes oberstes Prinzip, sondern mehrere mittlere Prinzipien herangezogen werden. Jene Prinzipien sollen an innerhalb einer Gesellschaft weithin konsensfähige moralische Alltagsüberzeugungen anknüpfen, um anhand dieser ein anwendungsorientiertes normatives Konzept zu rekonstruieren.⁵⁷

Ziel ist es, in schwierigen Entscheidungssituationen Orientierung zu bieten. Dabei werden jedoch mitnichten eindeutige Lösungen formuliert, weshalb stets auch ein individueller Beurteilungsspielraum offenbleibt. Kritiker*innen bemängeln dies oftmals. Dennoch können prinzipienethische Modelle dabei helfen, moralische Probleme in ihrer Mehrdimensionalität angemessen zu erfassen, was eine wesentliche Voraussetzung für gutes Entscheiden ist.⁵⁸

Da Letzteres dem Kernanliegen der nachfolgenden medienethischen Diskussion der grenzpolizeilichen Pressearbeit entspricht, erschien eine auf dem Principlism beruhende Medienethiktheorie hierfür gut geeignet. Denn auch im Gegensatz zu den bereits angeführten branchenspezifischen Ethikkodizes sollen Paganinis fünf Werte als normative Theorie für alle Teilbereiche des medialen Handelns gelten und Menschen bei ihrer Mediennutzung eine moralische Orientierung bieten.⁵⁹

Nun könnte man an dieser Stelle einwenden, dass ein derart auf Allgemeingültigkeit abzielendes Modell prinzipiell nur eingeschränkt praxistauglich sein kann. Schließlich haben Kommunikationsfachleute nicht ohne Grund, beispielsweise im Falle des Deutschen Kommunikationsindex, gemeinsam mit zahlreichen Berufsverbänden passgenaue und gemeinhin anerkannte Selbstverpflichtungsgrundsätze entwickelt, welche die praktischen Gegebenheiten der PR berücksichtigen.

Kritiker*innen sehen darin wiederum eine entscheidende Schwachstelle dieser professionsspezifischen Selbstverpflichtungen. Zum Beispiel attestieren Klaus Merten und Sonja Risse den PR-Ethikkodizes eine diesen immanente Doppelfunktion.

56 Vgl. Beauchamp/Childress 2013.

57 Vgl. Marckmann 2000, 499.

58 Ebd. 501-502.

59 Vgl. Paganini 2020, 8.

Demnach würden jene Ethiken zwar primär das Ziel verfolgen, moralisch gutes Handeln zu ermöglichen, indem sie durch Ge- und Verbote dessen Leitplanken ziehen. Allerdings wohne dem Bestreben der Herausbildung derartiger Kodizes naturgemäß eine sekundäre Funktion inne. Sich als Branche öffentlichkeitswirksam zu tugendhaftem Verhalten und im Berufsalltag handlungsleitenden Werten zu bekennen, könne schließlich ebenso als taktisches Kalkül gedeutet werden. Zwischen den Zeilen wird sogar unterstellt, die hochgehaltenen Branchenkodizes leisteten nicht mehr, als wünschenswerte Wirklichkeiten zu konstruieren.⁶⁰

Inwieweit diese Kritik an den Selbstverpflichtungsregelwerken der PR berechtigt ist, kann an dieser Stelle nicht weiter diskutiert werden. Festgehalten sei jedoch, dass allein die öffentliche Bekanntmachung entsprechender Kodizes einen moralischen Maßstab setzt, an dem sich Medienhandeln messen lassen muss.

Dass Paganini die praktische Bedeutung der Branchenkodizes nicht verkennt, zeigt sich daran, dass ihre Werte für die Medienethik einer intensiven, systematischen Auswertung eben dieser Regelwerke entspringen. Dies betrifft die allgemein als bedeutsam geltenden Kodizes der Bereiche Journalismus, Unterhaltung und Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sowie die der Nutzerethik. Im Gegensatz zu den vorgenannten Regelwerken bilden Paganinis Werte für die Medienethik eine eigenständige normative Theorie, welche bereichsübergreifend den moralphilosophischen Gehalt der gängigen Ethikkodizes auf fünf allen gemeinsame Kernprinzipien komprimiert.⁶¹

4.2 Warum Werte für die Medienethik?

Es erscheint schon fast trivial, darauf hinzuweisen, dass moralisch gutes Handeln nur dann gelingen kann, wenn man dies auch tatsächlich will. Viele Menschen tendieren in alltäglichen wie auch in beruflichen Situationen jedoch dazu, fast ausschließlich aus Gewohnheit zu handeln und Entscheidungen nicht vorab zu reflektieren. Sie bewegen sich in einer Art gedanklicher Komfortzone und hinterfragen Gewohntes kaum.⁶²

Paganinis Medienethik will nun diesen Menschen ein moralisches Orientierungswissen an die Hand geben. Dieses Wissen befähigt dazu, das eigene Medienhandeln systematisch abzuwägen und begründete, im moralischen Sinne gute Entscheidungen zu treffen. Eine Grundvoraussetzung ist daher die Bereitschaft, gewohnte Verhaltensmuster erkennen, kritisch hinterfragen und sich mit unterschiedlichen moralischen Argumenten auseinandersetzen zu wollen. Das angestrebte Ziel kann schließlich nur dann erreicht werden, wenn Menschen selbst einsehen, dass ihnen dieses durchaus anstrengende moralische Reflektieren nutzt.⁶³

Mithilfe der fünf Werte sollen sich Menschen laut Paganini einen guten Habitus und ein verantwortungsvolles Kommunikationsverhalten aneignen, was sie im Konfliktfall schneller und mit höherer Wahrscheinlichkeit moralisch richtig entscheiden lässt. Ihre

60 Vgl. Merten/Risse o.J., 1f.

61 Vgl. Paganini 2020, 101-104.

62 Ebd. 77f.

63 Ebd.

Ethik setzt dabei nicht erst an, wenn ein Problem aufkommt. Die angestrebte innere Haltung besteht vielmehr darin, selbst scheinbar unverdächtiges alltägliches Handeln in der gedanklichen Komfortzone fortlaufend dahingehend zu prüfen, wie es (noch) besser gelingen könnte.⁶⁴

Der Ausgangspunkt dieses Lernprozesses und der „Minimalbestand des moralischen Wissens“⁶⁵ sind Paganini zufolge Werthaltungen, wie sie Menschen als moralische Subjekte grundsätzlich gemein haben. Werte kennzeichnen damit alles, was Menschen als gut und wichtig begreifen, woran sie ihr Handeln ausrichten.⁶⁶

Selten würden Menschen durch das falsche Gewichten von Werten zu moralisch fragwürdigen Entscheidungen kommen. Ursache hierfür sei stattdessen der Umstand, dass Menschen sich oft „keine oder kaum Gedanken darüber machen, welche Werte sie in ihrem Tun realisieren.“⁶⁷ Unreflektiertes Handeln ließe sich also in einem ersten Schritt vermeiden, indem sich Handelnde fragen, was ihnen etwas bedeutet und ob eine beabsichtigte Handlung mit den daraus abzuleitenden Werten vereinbar ist.

Demgemäß dienen die nun im Zusammenhang mit der grenzpolizeilichen Pressearbeit zu behandelnden fünf Werte Transparenz, Fairness, Respekt, Verantwortung und Kompetenz auch der PR-Branche als Hilfestellung, die reflektierte und moralisch gute Ergebnisse hervorbringen soll.⁶⁸

4.3 Fünf Werte für eine faire grenzpolizeiliche Pressearbeit

4.3.1 Transparenz

Zugegebenermaßen mag es nach dieser Vorrede ein wenig irritieren, dass ausgerechnet Transparenz als erster Wert einer *fairen* (grenz-)polizeilichen Pressearbeit gelten soll. Transparenz ist jedenfalls kein Wert, den man intuitiv mit den mancherorts verurteilten PR in Verbindung bringt. Zumal der pflichtbewusste Umgang mit sensiblen, nicht für die Öffentlichkeit bestimmten Informationen praktisch zum Tagesgeschäft von Sicherheitsbehörden gehört. Inwiefern kann Transparenz in der polizeilichen Pressearbeit also überhaupt ein praxistauglicher Maßstab moralisch richtigen Handelns sein?

Ein ausnahmsloses Herstellen vollständiger Transparenz ist natürlich nicht möglich. Dies ist schließlich nicht einmal im Journalismus denkbar, wo die weitreichendsten Transparenzbemühungen zu erwarten wären. Selbst diese stoßen zum Beispiel beim Quellenschutz auf indiskutable Grenzen. Ähnliche Einschränkungen seien auch den PR bzw. der polizeilichen Pressearbeit zugestanden.

Entscheidend ist, was man wie und mit welcher Absicht kommuniziert. An dieser Stelle setzt Paganinis Transparenzverständnis an. Wer transparent kommuniziert, verpflichtet sich nämlich dazu, „in einem Kontext, der auf eine möglichst große Überein-

64 Vgl. Paganini 2020, 71-80.

65 Ebd. 88.

66 Ebd.

67 Ebd. 94.

68 Ebd. 94-104.

stimmung zwischen Dargestelltem und Darstellung ausgerichtet ist [...], zuverlässige und richtige Fakten zu transportieren, während er in einem anderen Kontext, sofern dies entsprechend sichtbar gemacht wird, durchaus auch [...] Auftragskommunikation betreiben [...] darf“⁶⁹.

Der Transparenzbegriff schließt damit unter anderem Werte wie Wahrhaftigkeit und Richtigkeit ein. Zugleich verlangt er eine eindeutige Offenlegung der mit einem Kommunikationsakt verfolgten Absicht. So sollte im Bereich der PR stets ersichtlich sein, wann berichtet, vermutet oder geworben wird.⁷⁰

4.3.1.1 Transparenz in der grenzpolizeilichen Pressearbeit

Dieser erste Wert deckt einen fundamentalen Konflikt im Selbstverständnis der polizeilichen Pressearbeit auf. Wie unter 2.3 dargestellt, wollen die Pressestellen der Polizei mit ihrem Wirken ein objektives Bild der Polizei vermitteln und die Grundlage für eine objektive Berichterstattung in den Medien schaffen.

Die Studienergebnisse der DHPol aus dem Jahr 2019 deuten auf das Vorhandensein dieses Selbstverständnisses hin, welches das Beispiel der oben genannten nordrhein-westfälischen Polizeipressestelle erkennen lässt. Demzufolge hätte sich innerhalb der polizeilichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als gemeinsames Leitbild manifestiert, das eigene Wirken überwiegend als eine objektive Informationstätigkeit zu begreifen.⁷¹

Legt man aber das soeben erläuterte Transparenzgebot über die Umstände der polizeilichen Pressearbeit, fällt eine konfliktträchtige Vermischung von Selbstberichterstattung und einer Art Eigenwerbung auf. Schließlich soll einerseits sachlich berichtet, zugleich aber in eigener Sache geworben werden. Wenn Objektivität schon allgemein betrachtet kein sinnvoller Maßstab bei Selbstberichterstattung sein kann,⁷² gilt dies erst recht für die Presseaussendungen der Polizei. Denn es liegt in der Natur der Sache, dass es schwer möglich ist, sachlich und unparteiisch über häufig konfliktträchtige Geschehen zu berichten, an denen man als Behörde fast immer selbst beteiligt ist. Außerdem wird die grenzpolizeiliche Pressearbeit mitunter von zwischen- bzw. innerbehördlichen Faktoren beeinflusst. Deren Ursprung kann auch außerhalb der eigenen Organisation liegen.

Letzteres ließe sich für die grenzpolizeiliche Pressearbeit am Beispiel des öffentlichen Auftritts der Bundespolizei und der 2018 im Freistaat Bayern wiedererrichteten Bayerischen Grenzpolizei untersuchen. Schließlich verfolgen beide Institutionen teils ähnliche Ziele und wollen das jeweils eigene Wirken möglichst erfolgreich inszenieren. Dies kann im positiven Fall Synergie-, im negativen Fall Konkurrenzeffekte bedeuten. Die Medienwissenschaften erforschen derartige Wechselwirkungen unter der Meso-Meso-Perspektive.⁷³

69 Paganini 2020, 108.

70 Ebd. 105-110.

71 Vgl. Jarolimek et al. 2019, 90.

72 Vgl. Meier/Reimer 2011, 16.

73 Vgl. Röttger et al. 2018, 86.

Aus dem Wert der Transparenz lassen sich daher zwei Grundsätze für eine *faire* grenzpolizeiliche Pressearbeit ableiten:

- (1) Polizeisprecher*innen sollten stets bedenken, dass ihre eigeninitiativ veranlasste Kommunikation überwiegend eine aus behördlichen Gesichtspunkten vorteilhaft gestaltete, selektive Wirklichkeit konstruiert und dementsprechend keine Objektivität für sich beanspruchen kann.
- (2) Vor jeder Veröffentlichung gilt es selbstkritisch zu hinterfragen, ob eine grenzpolizeiliche Pressemitteilung tatsächlich darauf abzielt, die Grundlage für eine sachliche mediale Berichterstattung zu schaffen oder aber zuvorderst in eigener Sache wirbt und dabei gegebenenfalls von zwischenbehördlichen Faktoren beeinflusst ist.

Gerade der zuletzt genannte Grundsatz mag im Feld der auf Imagepflege bedachten PR nach einer praxisfernen Zurückhaltung klingen. Warum dem beim Berichterstattungsobjekt der unerlaubten Migration nicht so ist, soll der nächste Abschnitt zeigen.

4.3.2 Fairness

Der Wert Fairness behandelt, insbesondere im Bereich der PR, nämlich exakt jene Abwägung widerstreitender Interessen. Er kommt unter anderem dann zum Tragen, wenn Menschen die Möglichkeit hätten, ihren eigenen Vorteil durchzusetzen, sich aber aus Akzeptanz bestimmter Verhaltensregeln bewusst dagegen entscheiden.⁷⁴ Als elementare Facetten dieses Wertes benennt Paganini Gerechtigkeit, Moderation, Rechtschaffenheit und Integrität.

Zu Beginn diskutiert Paganini die Gerechtigkeit, welche prinzipiell anstelle der Fairness einer der fünf Werte ihrer anwendungsorientierten Medienethiktheorie hätte werden können. Schließlich ist die Gerechtigkeitsfragen inhärente Verteilungsproblematik ebenso mit der stattdessen gewählten Fairness verzahnt. Letztere zielt allerdings – weniger erklärungsbedürftig und moralisch aufgeladen – in erster Linie auf regelkonformes Verhalten ab und hat sich überwiegend deshalb für das alltägliche Medienhandeln als die bessere Option herausgestellt.⁷⁵

Die Moderation schafft dagegen die zur Realisierung des Wertes Fairness nötige Gesprächskultur, durch welche alle Stimmen gleichermaßen gehört und berücksichtigt werden sollen. Rechtschaffenheit bezeichnet die Tugend, dass bestimmte Regeln im Sinne eines fairen Verfahrens als handlungsleitend akzeptiert und konsequent befolgt werden. Integrität zeigt sich nach Paganini vornehmlich in der Bereitschaft, auch dann an moralischen Überzeugungen festzuhalten, wenn diese Nachteile oder den Verzicht auf Vorteile bedeuten. Grundsätzlich sollten Medienschaffende darauf bedacht sein, dass ihre mediale Praxis bestmöglich mit den eigenen moralischen Leitsätzen harmoniert. Paganini zufolge sollte es aber prinzipiell tabu sein, die Un-

⁷⁴ Vgl. Paganini 2020, 121.

⁷⁵ Ebd. 116-119.

erfahrenheit, Extremsituationen, Hoffnungen oder Ängste anderer Menschen zum eigenen Vorteil zu nutzen. Damit Fairness in der Praxis gelingen kann, ist also ein gewisses Maß an Empathie nötig.⁷⁶

Paganini knüpft hier an Klaus Günther an, der die Fairness im Jahr 1999 in den medienwissenschaftlichen Diskurs einbrachte. Nach Günther bedarf es einer Sympathie-Fairness, welche Medienschaffende dazu anhält, sich in die Lage der Objekte ihrer Berichterstattung hineinzuversetzen. Schwächere, verletzte und von Diskriminierung betroffene Menschen sollen hierdurch besonders geschützt werden.⁷⁷

4.3.2.1 Fairness in der grenzpolizeilichen Pressearbeit

In der grenzpolizeilichen Pressearbeit kann dieser Verzicht auf eigene Vorteile zugunsten moralischer Überzeugungen bedeuten, hinsichtlich der berichteten Straftaten strategisch eher auf Qualität denn auf Quantität zu setzen. Die Polizeipressestellen könnten nämlich tagtäglich über gewöhnliche Fälle unerlaubter Migration berichten und diese medienwirksam als Fahndungserfolge inszenieren.

Ein solch gewöhnlicher Sachverhalt läge zum Beispiel vor, wenn vier in Österreich im Asylverfahren abgelehnte Personen unerlaubt mit dem Zug einreisen wollen, aber zum wiederholten Male an den Grenzkontrollen der deutschen Bundespolizei scheitern. In so einem Fall könnte die örtlich zuständige Pressestelle der Bundespolizei, abgesehen von dem überschaubaren Nachrichtenwert einer derartigen Mitteilung, aus Rücksicht auf die prekäre Lebenssituation dieser Menschen von einer Veröffentlichung mittels Pressemitteilung absehen. Man würde demzufolge aus moralischen Gründen auf die positive Darstellung der in der Bevölkerung nicht unumstrittenen Grenzkontrollen verzichten.

Diese faire Haltung lässt sich anhand Paganinis begrifflicher Unterscheidung zwischen Fairness und Gerechtigkeit nochmals präzisieren: Gerecht oder ungerecht sind Zustände und Ergebnisse, fair sind dagegen Verfahren und Prozesse.⁷⁸ Demzufolge kann prinzipiell selbst über die ungerechtesten Verhältnisse fair berichtet werden. Hierzu bedarf es gerade im Zusammenhang mit den polarisierenden Themen Flucht und Migration eines ausgeprägten Fingerspitzengefühls. Was dieses Fingerspitzengefühl charakterisiert, werden die nächsten beiden Werte Respekt und Verantwortung verdeutlichen.

Im Ergebnis lässt sich der Wert Fairness für eine moralisch gelingende grenzpolizeiliche PR-Praxis folgendermaßen übersetzen:

- (3) Mitteilungen über unerlaubte Migration sollten ausnahmslos dergestalt erfolgen, dass man selbst aus der Perspektive eines vorgestellten objektiven Dritten betrachtet annehmen kann, die Polizei würde das Schicksal der von der Berichterstattung betroffenen Menschen gebührend berücksichtigen und keinesfalls zum eigenen Vorteil gebrauchen.

⁷⁶ Vgl. Paganini 2020, 122-125.

⁷⁷ Vgl. Günther 1999, 45.

⁷⁸ Vgl. Paganini 2020, 118.

4.3.3 Respekt

Respekt kann als die unbedingte Achtung definiert werden, mit der man anderen Menschen begegnet, diese als gleichberechtigte Subjekte anerkennt, ihr Ansehen wahrt und sie in ihrer individuellen Besonderheit anzunehmen bereit ist. Dieses Verständnis von Respekt schließt Toleranz sowie die Anerkennung bestimmter Regeln und Gesetze mit ein. Nicht ohne Grund heißt es umgangssprachlich, dass jemand Regeln und Gesetze respektiert oder nicht respektiert. Diese Dimensionen des Respekts finden sich in ausgebreiteter Form in den Menschenrechten bzw. dem Grundrecht auf Menschenwürde wieder und sollen ein friedliches, freiheitliches und demokratisches Zusammenleben garantieren.⁷⁹

Für die Medienethik bedeutet dies, dass alles mediale Handeln unterlassen werden sollte, welches einem in diesem Sinne friedlichen, höflichen, toleranten Miteinander nicht zuträglich ist. Im Unterschied zu dem im nächsten Abschnitt darzustellenden Wert der Verantwortung verpflichtet Respekt die Medienschaffenden insofern, dass sie durch ihr Handeln anderen nicht schaden dürfen.⁸⁰ Mit diesem in unterschiedlichen Kontexten diskutierten Nicht-Schädigen knüpft Paganini an Beauchamps und Childress' Prinzipienethik⁸¹ an. Der Wert Respekt sichert mit der unbedingten Achtung vor dem Menschen also eine Art moralischen Minimalkonsens.⁸²

4.3.3.1 Respekt in der grenzpolizeilichen Pressearbeit

Nicht nur der Wert Fairness, sondern auch der Respekt gebietet es, dass die grenzpolizeiliche Pressearbeit im Zusammenhang mit beim unerlaubten Grenzübertritt festgenommenen Menschen zum Beispiel konsequent auf humorvolle Darstellungen verzichtet. Viele dieser Menschen haben ihr komplettes Hab und Gut aufgegeben, ihre Familien in einer Krisenregion zurückgelassen und oft eine monatelange, entbehrungsreiche, mitunter lebensgefährliche Flucht auf sich genommen. All dies stehen sie durch, um in Würde, Freiheit, Sicherheit, Wohlstand und Demokratie leben zu können – bis sie durch Grenzpolizeibehörden festgenommen werden.

Unbenommen aller rechtlichen und politischen Erwägungen gilt es deshalb stets zu berücksichtigen, was die durch einen grenzpolizeilichen Fahndungserfolg angestoßene Verwaltungsmaschinerie für das persönliche Schicksal der Betroffenen bedeutet. Zum Beispiel darf eine werteorientierte, im moralischen Sinne *faire* grenzpolizeiliche Pressearbeit niemals tragische menschliche Schicksale zur Erheiterung der diese hauptsächlich rezipierenden, privilegierten Mehrheitsgesellschaft heranziehen.

Dies gilt es auch dann zu beherzigen, wenn unerlaubte Grenzübertritte ausgesprochen ungeschickt versucht oder dieselben Personen binnen kurzer Zeit ungewöhnlich oft an den Grenzkontrollen oder der sogenannten Binnengrenzfehndung der Bundespolizei scheitern. Ohnehin dürfen Berichte über unerlaubte Migration keine Vorurteile bedienen oder auf andere Weise durch unangemessene Darstellung einem toleranten, weltoffenen und respektvollen gesellschaftlichen Miteinander schaden.

79 Vgl. Paganini 2020, 127-130.

80 Ebd. 130-134.

81 Vgl. Beauchamp/Childress 2013.

82 Vgl. Paganini 2020, 134.

Hieraus ergibt sich folgende Maxime für die grenzpolizeiliche Pressearbeit:

(4) Polizeiliche Pressemitteilungen über unerlaubte Migration dürfen niemals dem Ansehen der von der Berichterstattung betroffenen Menschen schaden oder deren menschliche Sicherheits- und Freiheitsbedürfnisse herabwürdigen. Die Zielgruppe der polizeilichen Pressearbeit ist die gesamte Gesellschaft, nicht bloß eine privilegierte Mehrheit.

Die Achtung der Menschenwürde verpflichtet selbstverständlich auch die grenzpolizeiliche Pressearbeit uneingeschränkt, weshalb die Interessen marginalisierter, von Diskriminierung und Rassismus betroffener Menschen konsequent zu schützen sind. Folglich verlangt der Wert Respekt, dass die grenzpolizeiliche Pressearbeit stets eine präzise und ausnahmslos diskriminierungsfreie Sprache verwendet. Da diese Sprachsensibilität über ein bloßes Nicht-Schädigen hinaus als gesellschaftliches Engagement verstanden werden sollte, ist ihr im kommenden Abschnitt ein eigener Unterpunkt gewidmet.

4.3.4 Verantwortung

Wie bereits angedeutet, zielt der Wert der Verantwortung im Unterschied zu den bislang diskutierten Werten Paganinis nicht darauf ab, die Grenzen des moralisch Zulässigen aufzuzeigen. Es geht vielmehr darum, im eigenen Medienhandeln diejenigen Potenziale zu erkennen, welche einen positiven Beitrag für das gesellschaftliche Zusammenleben leisten und Menschen helfen können. Paganini begreift Verantwortung als ein Sich-Einsetzen.⁸³

Sie meint damit ein positives Mindset bzw. eine Grundhaltung, derer es notwendig bedarf, um anderen Werten wie Fairness oder Respekt überhaupt entsprechen zu können. Hierfür gilt es im Medienhandeln eine Form der Sensibilität zu kultivieren, die darin besteht, sich über das erwartbare Maß hinaus mit einer Sache auseinanderzusetzen, Betroffenheit zuzulassen und sich in die Lage anderer Menschen hineinzudenken. Empathie ist demnach eine Schlüsselkompetenz für verantwortungsvolles Medienhandeln, welches sich dadurch auszeichnet, auch kommunikativ menschlich miteinander umzugehen und vorhandene Spielräume positiv einzusetzen.⁸⁴

Paganini spricht in diesem Kontext zudem von einer engagierten Sensibilität, die weit über das bloße Erfüllen von Pflichten hinausreicht. Stattdessen zielt diese engagierte Haltung darauf ab, den negativen Seiten medialer Kommunikation, wie Vorurteilen oder Diskriminierung, durch aktives Tun etwas entgegenzusetzen. Verantwortung bestehe nach Paganini darin, das, was im positiven Sinne geleistet werden kann, auch tatsächlich zu tun. Für Medienschaffende in Journalismus und PR bedeutet dies beispielsweise, Meldungen so mit Fakten und Hintergrundinformationen anzureichern, dass sie allgemeinverständlich sind.⁸⁵

83 Vgl. Paganini 2020, 138.

84 Ebd. 137-139.

85 Ebd. 138-143.

Warum ein möglichst umfassendes Informationsangebot gerade im Bereich der (grenz-)polizeilichen Pressearbeit unerlässlich ist, verdeutlicht der nachfolgende Exkurs in die Studien Daniel Kahnemans: Kahnemans psychologische Forschung drehte sich unter anderem darum, wie das menschliche Gehirn mit der kognitiven Asymmetrie zwischen verfügbaren und in einem Kontext wesentlichen, aber nicht verfügbaren Informationen umgeht. Dieses Phänomen ist als WYSIATI-Effekt (Abk.: what you see is all there is) bekannt. Die Quintessenz dieses Modells besteht darin, dass das menschliche Gehirn aus Bequemlichkeit dazu neigt, aus unvollständigen Informationen eine schlüssige Geschichte zu konstruieren. Die vorhandenen Kenntnisse werden dabei unbewusst mithilfe bereits vorgefertigter Vorstellungen und Meinungen zu einem kohärenten Bild zusammengefügt. Dieses Kohärenzerlebnis verursacht kognitive Leichtigkeit, was Menschen die selbstkreierten Aussagen leichter als wahr akzeptieren lässt.⁸⁶

Gerade im Kontext der unerlaubten Migration sind solche Fehlannahmen problematisch. Dass Paganini Funioks gestufte Mitverantwortung⁸⁷ diskutiert, befreit die grenzpolizeiliche Pressearbeit deshalb gerade in diesem Bereich nicht von ihrer herausragenden kommunikativen Verantwortung. Demzufolge gilt es die eben geschilderten, mit dem Wert Verantwortung korrespondierenden psychologischen Aspekte unbedingt mitzudenken. Selbst wenn letztlich alle am Kommunikationsprozess Beteiligten eine Mitverantwortung tragen.⁸⁸

4.3.4.1 Verantwortung in der grenzpolizeilichen Pressearbeit

Für die grenzpolizeiliche Pressearbeit folgt daraus, dass Mitteilungen über unerlaubte Migration, wo immer es sich sinnvoll umsetzen lässt, mit Vergleichszahlen und einordnenden Bilanzen zu versehen sind. Zwar könnte auch ohne dieses Hintergrundwissen transparent, fair und respektvoll kommuniziert werden. Für eine im moralischen Sinne *faire* grenzpolizeiliche Pressearbeit reicht eine faktenbasierte Darstellung allein aber in einigen Fällen nicht aus.

Vielmehr verlangt der Wert der Verantwortung, dass auf die Veröffentlichung einer grenzpolizeilichen Pressemitteilung verzichtet werden sollte, sofern trotz eines Anreicherns mit Zusatzinformationen überwiegend keine angemessene Rezeption zu erwarten ist. Diese vorab anzustellende Risikobewertung von Veröffentlichungen fußt in der Praxis auf Erfahrungswissen, welches die grenzpolizeiliche Pressearbeit generiert, indem sie kontinuierlich aufmerksam wahrnimmt, wie Rezipient*innen auf polizeiliche Presseaussendungen bzw. die darauf fußende Berichterstattung reagieren.

Derartige Informationen sind unter anderem in sozialen Netzwerken in den Kommentarspalten unter dort veröffentlichten Internetartikeln zu finden, welche sich auf eine polizeiliche Pressemitteilung beziehen bzw. ein polizeilich relevantes Ereignis behandeln. Gleiches gilt für in Zeitungen abgedruckte Leser*innenbriefe aber auch an die Polizei selbst gerichtete Bürger*innenanfragen und Beschwerden. Selbstverständlich kann hierbei niemals ein vollständiges Bild des Rezeptionsverhaltens entstehen. Jedoch sind die dabei gewonnenen Erkenntnisse wertvolle Anhaltspunkte für die oben geforderte Risikobewertung grenzpolizeilicher Presseaussendungen.

86 Kahneman 2012, 112-115.

87 Vgl. Funiok 2016, 76.

88 Vgl. Paganini 2020, 139.

Ferner kann im moralischen Sinne *faïres* Berichten über unerlaubte Migration mindestens so lange nicht gelingen, wie überwiegend mediale Marktmechanismen entscheiden, welche Botschaften die Polizei wie verpackt. Bevor also einzelfallbezogen über einen unerlaubten Grenzübertritt berichtet wird, sollte stets geprüft werden, welche Reaktionen und Schlussfolgerungen die Rezeption einer bestimmten Meldung erwarten lässt. Dies bedeutet in der Konsequenz ebenfalls, nur dann über Einzelfälle unerlaubter Migration zu berichten, wenn faktisch ein herausragendes Ereignis vorliegt und ein hohes öffentliches Interesse anzunehmen ist.

Sachverhalte ohne hervorstechenden Charakter sollten dagegen am besten gesammelt in viertel-, halbjährlich oder jährlich veröffentlichten grenzpolizeilichen Bilanzen präsentiert und eingeordnet werden. Hierdurch könnte die Polizei die Deutungshoheit ihres Grenzeinsatzes in hohem Maße behaupten, unerlaubte Migration als Phänomen verständlich erklären und damit dem Entstehen oder wenigstens der Verfestigung von Vorurteilen, Zerrbildern und Fremdenfeindlichkeit engagiert entgegenzutreten.

4.3.4.2 *Sich-Einsetzen durch eine angemessene Sprache*

Eine Facette dieses Sich-Einsetzens besteht für die grenzpolizeiliche Pressearbeit im Bemühen um eine sachliche, verständliche und diskriminierungsfreie Sprache. Dies ist besonders dann angezeigt, wenn über strafbewährtes Verhalten im Zusammenhang mit Flucht und Migration berichtet wird. Denn vermeintlich zu vernachlässigende sprachliche Nuancen können hier große Unterschiede bedeuten.

So kann Paganinis Wert der Verantwortung als eine Aufforderung interpretiert werden, den eigenen Behördenjargon kontinuierlich auf Verbesserungspotenziale zu prüfen. Hierbei lohnt sich unter anderem eine grundsätzliche Diskussion über den Einsatz sogenannter Nomina Agentis. Die Rede ist von Substantiven, die von einem Verb abgeleitet werden und die Person bezeichnen, die eine Handlung ausführt.⁸⁹

Derartige Wortbildungen gilt es wohlüberlegt zu wählen, da sie die betroffenen Personen sprachlich auf eine einzige Eigenschaft reduziert abbilden, was Sieglinde Geisel im Jahr 2015 hinsichtlich des Begriffs „Flüchtling“ kritisiert hat. Geisel warnte damals, dass die Bereitschaft zur Empathie abnehme, sobald Menschen aus Wörtern verbannt und nur noch als Masse wahrgenommen werden.⁹⁰

Im Verwaltungshandeln kann diese sprachliche Etikettierung bewirken, dass Menschen unbewusst zu Nummern oder Fällen degradiert werden, was schlimmstenfalls in Kältherzigkeit oder überbordende Härte entartet. Vergleichbare Effekte wären ebenso bei der Medienrezeption zu erwarten, wenn derartige Wortbildungen übermäßig verwendet werden. Gewiss kann es grammatisch und juristisch korrekt sein, von Ausländer*innen, Migrant*innen, Dieb*innen oder Räuber*innen zu sprechen. Trotzdem sollte stets sorgsam abgewogen werden, ob die Bildung eines Nomens Agentis im konkreten Fall einem verantwortungsvollen Medienhandeln entspricht.

⁸⁹ Vgl. Schümann 2010, 197f.

⁹⁰ Vgl. Geisel 2015.

So kann man beispielsweise diskutieren, ob Polizeipressestellen aus den ärmsten und konfliktreichsten Ländern der Welt kommende Menschen in Veröffentlichungen über unerlaubte Grenzübertritte – vermeintlich neutral – als Migrant*innen bezeichnen sollten. Regelmäßig werden Migration und Flucht dadurch voneinander abgegrenzt, dass Migrant*innen ihr Heimatland nicht gezwungenermaßen und somit freiwillig verlassen hätten. Picker kritisiert an einer solchen Herleitung, dass kaum von Freiwilligkeit die Rede sein kann, wenn Menschen aufgrund prekärer Lebensverhältnisse ihr soziales und kulturelles Umfeld dauerhaft zurücklassen. Abgesehen davon könne in vielen Fällen gar nicht trennscharf zwischen Flucht und Migration unterschieden werden.⁹¹

Nun existiert in Fachkreisen eine in der Bevölkerung eher unbekannte und dennoch prinzipiell passende Kategorie: die sogenannte Zwangsmigration⁹². Da die grenzpolizeiliche Pressearbeit aber meist im Vorfeld einer rechtlichen Beurteilung von Fluchtgründen stattfindet, ist dieser Begriff unbenommen seiner sperrigen Erscheinung keine praktikable Alternative.

Ein erhöhtes Maß an sprachlicher Sensibilität ist angesichts Geisels oben angeführter These verbunden mit der Tatsache, dass Migrant*innen hierzulande medial – besonders in den Jahren 2015 bis 2020 – häufig als Gefahr und Sicherheitsrisiko bzw. im Zusammenhang mit Straftaten dargestellt wurden,⁹³ allerdings ohnehin unumgänglich.

Daher liegt der Schluss nahe, als Grenzpolizeibehörde in dieser besonderen Konstellation schlicht auf die Bildung eines Nomens Agentis zu verzichten und im Sinne eines verantwortungsvollen Medienhandelns stattdessen neutral etwa von Menschen oder Personen zu sprechen.

Deshalb lautet der fünfte Grundsatz für eine faire grenzpolizeiliche Pressearbeit:

- (5) Eine verantwortungsvolle grenzpolizeiliche Pressearbeit bedeutet, Botschaften möglichst eindeutig, empathisch und sprachsensibel zu gestalten sowie das eigene Kommunikationsverhalten jeden Tag aufs Neue dahingehend zu hinterfragen, wie es künftig noch besser gelingen könnte.

4.3.5 Kompetenz

Den fünften und letzten Wert ihrer Medienethik überschreibt Paganini mit Kompetenz, die jedoch, obwohl es thematisch naheliegend wäre, nicht mit Medienkompetenz gleichzusetzen ist. Medienkompetenz besteht darin, moderne Medien bedienen und für die eigenen Zwecke nutzen zu können. Sie wird ebenso als die Fähigkeit definiert, Medienangebote in ihrer weltvermittelnden Bedeutung erfassen und verstehen zu können.⁹⁴

91 Vgl. Picker 2020, 72f.

92 Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit o.J.

93 Vgl. Maurer et al. 2021, 27-30.

94 Vgl. Paganini 2020, 148f.

Der Wert Kompetenz reicht über diese Perspektive hinaus und schließt durch die Formulierung gewisser Professionalitätserwartungen die Medienschaffenden mit ein. Diese Professionalität verlangt das Beherrschen und Anwenden von Methoden und Instrumenten, ständige Fort- und Weiterbildung sowie die Bereitschaft zur Selbstreflexion.⁹⁵ Auf eine allgemeine Formel gebracht, bestünde der fünfte Wert Paganinis Medienethik also in der Fähigkeit, „selbstorganisiert in offenen Problemsituationen handeln zu können“⁹⁶.

Selbstorganisiertes mediales Kommunizieren und Interagieren muss allerdings erlernt werden. Neben der Selbstsozialisation kommt allem voran Erziehungs- und Bildungseinrichtungen eine entscheidende Bedeutung bei der Entwicklung dieser Kompetenz zu. Sowohl aus gesellschaftlicher wie auch aus staatlicher Sicht kann dieses Verständnis von Kompetenz als kulturelles Kapital begriffen werden, welches trotz aller damit einhergehenden Verpflichtungen einen messbaren Mehrwert verspricht. Demnach liegt es im Interesse jeder Gemeinschaft, dafür Sorge zu tragen, dass diese Kompetenz über alle Gesellschafts- und Einkommensgruppen hinweg gut ausgeprägt ist und sich ständig weiterentwickeln kann.⁹⁷

Paganini hat den fünften und letzten Wert ihrer Medienethik bewusst weit gefasst, um jene darunter zu subsumierenden, nicht aber für alle Formen medialen Handelns geltenden Werte einzuschließen. Dies Sorge dafür, dass die Theorie als solche flexibel genug bleibt, um auf die sich ständig ändernden Anforderungen der Medienwelt adäquat reagieren zu können.⁹⁸

4.3.5.1 Kompetenz in der grenzpolizeilichen Pressearbeit

Kompetenz könnte man in der grenzpolizeilichen Pressearbeit daran bemessen, inwiefern im Sinne der Anwendung von Methoden und professionellen Instrumenten wohlüberlegt und systematisch behördlich kommuniziert wird. Dies schließt neben einer einheitlich festgelegten, regelmäßig hinsichtlich ihrer Zielerreichung zu prüfenden Kommunikationsstrategie auch die Fähigkeit zur kritischen Selbstreflexion ein.

Damit diese Selbstkorrektur gelingen kann, sollte im Bereich der Fortbildung bewusst über den eigenen behördlichen Aufgabenhorizont hinausgedacht werden. Um beispielsweise Diskriminierung erkennen zu können, bieten sich Schulungen der polizeilichen PR-Beauftragten im Bereich Anti-Rassismus, die Teilnahme an Diversity-Trainings oder etwa der Besuch einer Erstaufnahmeeinrichtung für Asylsuchende an.

Zu guter Letzt sollte die eigene mediale Kommunikation nicht nur im Voraus strategisch geplant, sondern ebenso rückblickend dahingehend untersucht werden, welche Werte der eigenen Institution von einem außenstehenden Dritten anhand der vorangegangenen Kommunikationsakte zugeschrieben würden. Die Resultate könnten im Rahmen eines Reflexionsprozesses mit den Kommunikationszielen der eigenen Organisation abgeglichen und das mediale Handeln entsprechend angepasst werden.

95 Vgl. Paganini 2020, 148f.

96 Erpenbeck 2010, 1271.

97 Vgl. Paganini 2020, 150f.

98 Ebd.

Der sechste und letzte Grundsatz für eine *faire* grenzpolizeiliche PR-Praxis lautet daher:

(6) Eine kompetente, professionelle grenzpolizeiliche Pressearbeit stellt die Qualität der eigenen behördlichen Kommunikation durch eine fortlaufende Evaluierung der praktizierten Methoden und Strategien sicher. Dies gelingt, sofern die hierfür nötigen (Reflexions-)Fähigkeiten durch geeignete Aus- und Fortbildungsmaßnahmen erlernt und ständig optimiert werden.

4.4 Über die Praxistauglichkeit der Werte für die Medienethik

Eine wesentliche Schwierigkeit bei der praktischen Anwendung Paganinis Medienethiktheorie ergibt sich daraus, dass diese im Gegensatz zu anderen ethischen Theorien nicht nach einem einzelnen, immergleichen Prinzip funktioniert – wie beispielsweise der Nutzenmaximierung in utilitaristischen Ethiken. Vielmehr baut Paganinis Ethikentwurf darauf, dass sich Handelnde in Entscheidungssituationen stets fragen, was es in einem konkreten Fall bedeuten kann, einen bestimmten Wert zu realisieren.⁹⁹

Dass die Betroffenen hierfür die Paganini zufolge für gutes Medienhandeln entscheidenden Werte zunächst inhaltlich begriffen haben müssen, erscheint geradezu banal. Allerdings liest sich die Herleitung ihrer fünf Werte für Menschen ohne medienethische Vorkenntnisse möglicherweise sehr komplex. Wer eine kurze und in einprägsamen Merksätzen formulierte Handlungsanweisung sucht, findet stattdessen eine umfangreiche wissenschaftliche Diskussion von Wertgruppen vor.

Dass es für eine gute Medienpraxis dementsprechend wenig aussichtsreich wäre, zum Beispiel alle Polizeisprecher*innen zur Lektüre Paganinis *Werte für die Medien(ethik)* anzuhalten, stellt sie jedoch sinngemäß selbst fest. So müsse eine mit den in der gelebten medialen Praxis alltäglich entstehenden Problemen befasste Medienethik stets den Kompetenzniveaus der Adressat*innen entsprechen.¹⁰⁰ Die Kruz liegt daher nicht in der Theorie, sondern in ihrer adressatengerechten Vermittlung.

Idealerweise ist es Paganini bei der Entwicklung ihres rekonstruktiven Medienethikentwurfs gelungen, die gemeinsame normative Basis aller ausgewerteten Selbstverpflichtungskodizes freizulegen. Hierbei folgt sie einem holistischen Ansatz. Charakteristisch für dieses Ethikverständnis ist unter anderem, dass im Gegensatz zu sogenannten Top-Down-Modellen nicht auf bestimmte Lebensbereiche zugeschnittene Regelwerke formuliert werden. Stattdessen werden über den Spezialfall hinausreichende, allgemeingültige Theorien normiert, die grundsätzlich ebenso in anderen Zusammenhängen anwendbar sind und damit eine gemeinsame Diskussionsgrundlage schaffen.¹⁰¹

⁹⁹ Vgl. Paganini 2020, 92.

¹⁰⁰ Ebd. 22.

¹⁰¹ Ebd. 30-34.

Eine abstrakte normative Theorie muss daher stets insoweit übersetzt werden, dass sie in einer konkreten Problemsituation anwendbar ist.¹⁰² Die bei der Herausbildung solcher Praxisrichtlinien entstehenden Risiken wurden im Abschnitt 4.1 als ein in der Fachliteratur¹⁰³ diskutierter Schwachpunkt der PR-Branchenkodizes benannt. Selbstverpflichtungskodizes entstehen schließlich nicht unter sterilen Laborbedingungen, sondern werden maßgeblich durch soziokulturelle, institutionelle und auch ökonomische Einflüsse geprägt.

Dass in diesem Kapitel mithilfe Paganinis Medienethik sechs praxistaugliche Grundsätze für eine im moralischen Sinne *faire* grenzpolizeiliche Pressearbeit entwickelt wurden, stellt dennoch nicht die Anwendbarkeit oder den Praxiswert der fünf Werte als normatives Grundgerüst infrage. Entscheidend ist, dass die abgeleiteten praxistauglichen Grundsätze stringent ihrem normativ-theoretischen Ausgangspunkt folgen und sich nicht der Beeinflussung durch sachfremde Erwägungen verdächtig machen. Ob dies gelungen ist, mögen die Leser*innen der vorliegenden Arbeit beurteilen. Letztlich ließen sich damit die zu Beginn und zum Ende dieses vierten Kapitels diskutierten Einwände gegenüber branchenspezifischen Ethikkodizes wie auch der Medienethiktheorie Paganinis durch ein präziseres Verständnis ihrer unterschiedlichen Wirk- und Funktionsweisen auflösen.

102 Paganini 2020, 22.

103 Vgl. Merten/Risse o.J., 1f.

5 Fazit

Fazit

„Ausgerechnet an meinem 69. Geburtstag sind 69 – das war von mir nicht so bestellt – Personen nach Afghanistan zurückgeführt worden. Das liegt weit über dem, was bisher üblich war.“¹⁰⁴

Diesen Fauxpas leistete sich bekanntermaßen der ehemalige Bundesinnenminister Horst Seehofer, als er im Jahr 2018 seinen „Masterplan Migration“ vorstellte. Was der unter anderem für das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) und die Bundespolizei zuständige Minister damals verkündete, war aber zumindest aus seiner Sicht zweifellos ein voller Erfolg. Immerhin waren 69 vollziehbar ausreisepflichtige Ausländer*innen in das damals angeblich sichere Herkunftsland Afghanistan abgeschoben worden.

Wie auf den zurückliegenden Seiten herausgestellt, stehen hinter diesen und ähnlichen Erfolgsnachrichten aus dem Bereich Flucht und Migration oft leidvolle Schicksale und traumatische Fluchterfahrungen, die in behördlichen Darstellungen aus nachvollziehbaren Gründen selten Beachtung finden. Dass manche der 69 nach Afghanistan Abgeschobenen in Deutschland Straftaten begangen hatten, halte ich bei einer Gesamtbewertung insofern für vernachlässigbar, als deren Absicht bei der Entscheidung zur Flucht aus dem Herkunftsland höchstwahrscheinlich nicht im Begehen von Straftaten im Zielstaat bestand.

Zwar mag eine ordnungsgemäß funktionierende Administration rechtskonformes Verwaltungshandeln garantieren. Sie verhindert jedoch lange nicht, dass aus moralischer Sicht fragwürdige, vielleicht sogar grundfalsche Entscheidungen getroffen werden. Demzufolge sollte in der grenzpolizeilichen Pressearbeit im Wesentlichen die Moral und nicht das Aufenthaltsgesetz bestimmen, über welche Einzelfälle unerlaubter Migration die Polizei die Öffentlichkeit informiert. Ethisches Reflektieren reicht schließlich stets über rechtliche Dimensionen hinaus.¹⁰⁵

Sicher ist es legitim und sogar notwendig, dass die mit dem Grenzschutz beauftragten Polizeibehörden über ihre Arbeit informieren und hierbei zugleich die eigene Reputation im Blick behalten. Trotzdem bedarf es aus moralischer Perspektive nicht einmal eines kosmopolitischen Solidaritätsverständnisses, um gegenüber grenzpolizeilichen bzw. ausländerrechtlichen Erfolgsnachrichten eine gewisse Skepsis walten zu lassen. Dies gilt ausdrücklich unabhängig davon, ob man nun eine restriktive oder aber eine permissive Migrationspolitik befürwortet. Schließlich transportiert das Ausländerrecht durch ein für Laien kaum überblickbares Konglomerat aus nationalen und internationalen Gesetzen, Verordnungen, Richtlinien, Abkommen,

¹⁰⁴ Seehofer zitiert nach Höhne 2018.

¹⁰⁵ Vgl. Paganini 2020, 65.

Verträgen und Vorschriften total verklausuliert eine eigentlich simple Message: Dich wollen wir hier im Land, dich allenfalls für ein paar Tage, dich nur, solange du uns nützlich bist und dich am besten gar nicht.

Aufgrund dieser der Durchsetzung ausländerrechtlicher Bestimmungen impliziten Botschaft entspricht die grenzpolizeiliche Pressearbeit einer ständigen moralischen Gratwanderung. Nichtsdestotrotz kann die Polizei sehr wohl *fair* über unerlaubte Migration berichten. Als eine in den Berufsalltag implementierbare moralische Orientierungshilfe hat diese Arbeit hierfür die folgenden, an Paganinis Medienethik rekurrierenden Grundsätze angeboten:

- (1) Polizeisprecher*innen sollten stets bedenken, dass ihre eigeninitiativ veranlasste Kommunikation überwiegend eine aus behördlichen Gesichtspunkten vorteilhaft gestaltete, selektive Wirklichkeit konstruiert und dementsprechend keine Objektivität für sich beanspruchen kann.
- (2) Vor jeder Veröffentlichung gilt es selbstkritisch zu hinterfragen, ob eine grenzpolizeiliche Pressemitteilung tatsächlich darauf abzielt, die Grundlage für eine sachliche mediale Berichterstattung zu schaffen oder aber zuvorderst in eigener Sache wirbt und dabei gegebenenfalls von zwischenbehördlichen Faktoren beeinflusst ist.
- (3) Mitteilungen über unerlaubte Migration sollten ausnahmslos dergestalt erfolgen, dass man selbst aus der Perspektive eines vorgestellten objektiven Dritten betrachtet annehmen kann, die Polizei würde das Schicksal der von der Berichterstattung betroffenen Menschen gebührend berücksichtigen und keinesfalls zum eigenen Vorteil gebrauchen.
- (4) Polizeiliche Pressemitteilungen über unerlaubte Migration dürfen niemals dem Ansehen der von der Berichterstattung betroffenen Menschen schaden oder deren menschliche Sicherheits- und Freiheitsbedürfnisse herabwürdigen. Die Zielgruppe der polizeilichen Pressearbeit ist die gesamte Gesellschaft, nicht bloß eine privilegierte Mehrheit.
- (5) Eine verantwortungsvolle grenzpolizeiliche Pressearbeit bedeutet, Botschaften möglichst eindeutig, empathisch und sprachsensibel zu gestalten sowie das eigene Kommunikationsverhalten jeden Tag aufs Neue dahingehend zu hinterfragen, wie es künftig noch besser gelingen könnte.

(6) Eine kompetente, professionelle grenzpolizeiliche Pressearbeit stellt die Qualität der eigenen behördlichen Kommunikation durch eine fortlaufende Evaluierung der praktizierten Methoden und Strategien sicher. Dies gelingt, sofern die hierfür nötigen (Reflexions-)Fähigkeiten durch geeignete Aus- und Fortbildungsmaßnahmen erlernt und ständig optimiert werden.

Diese sechs Verhaltensrichtlinien zielen zusammengefasst darauf ab, innerhalb der grenzpolizeilichen Pressearbeit eine Haltung zu etablieren, die zu moralisch angemessenem Entscheiden anleitet. Auf diese Weise könnte der in der behördlichen Pressearbeit kontinuierlich zu vollziehende Spagat zwischen sachlichem Informationsauftrag und legitimer Eigenwerbung gelingen.

Gewiss lesen die an der Grenze festgenommenen Menschen in den seltensten Fällen die sie betreffenden Pressemitteilungen der Grenzpolizeibehörden. Auch mag die Wirkung einzelner Presseaussendungen im gesamtgesellschaftlichen Kontext betrachtet geradezu bedeutungslos erscheinen. Es sind aber eben jene zwischen den Zeilen mitschwingenden Botschaften entscheidend. Sie allein bergen bereits das Risiko, einer weltoffenen, toleranten und menschenfreundlichen Gesellschaft empfindliche Nadelstiche zu versetzen. Hierbei gilt es stets zu beherzigen, dass im Jahr 2021 27,2 % aller in Deutschland lebenden Menschen eine Migrationsgeschichte hatten.¹⁰⁶

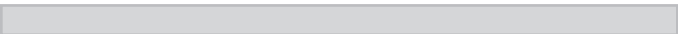
Die einleitend erwähnte Krise der „Empathiefähigkeit“¹⁰⁷ zeigt sich demzufolge nicht erst in maximal unanständigen Äußerungen weniger Einzelner. Vielmehr tritt diese weit subtiler in einer oft unbewusst ausgrenzenden, von latenten Rassismen durchzogenen Alltagskommunikation zutage, die schlimmstenfalls in eine kaltherzige Haltung mündet. Dem sollten Behörden stets aufrichtig und engagiert entgegen-treten, deren Kapital letztlich das Vertrauen aller Menschen ist.

¹⁰⁶ Vgl. Statistisches Bundesamt 2022.

¹⁰⁷ Picker 2020, 5.



Literatur- und Quellenverzeichnis



Literatur- und Quellenverzeichnis

- Beauchamp, Tom L./Childress, James F.: Principles of Biomedical Ethics, Oxford 7. Auflage 2013, Oxford University Press.
- Bentele, Günter/Seidenglanz, Rene: Ethik der Public Relations. Eine Voraussetzung für Vertrauen in PR, in: Allmächtige PR, ohnmächtige PR. Die doppelte Vertrauenskrise der PR, Hoffmann, Olaf/Seidenglanz, Rene (Hrsg.), Wiesbaden 2018, Springer VS, 247-266.
- Bundeskriminalamt: Schleusungskriminalität, o.J., unter: https://www.bka.de/DE/UnsereAufgaben/Deliktsbereiche/Schleusungskriminalitaet/schleusungskriminalitaet_node.html (Stand: 12. Oktober 2022).
- Bundesministerium des Innern und für Heimat: Illegale Einreise und Schleusungskriminalität, o.J., unter: https://www.bmi.bund.de/DE/themen/migration/illegale-migration/illegale-einreise/illegale-einreise-node.html;jsessionid=B93FFA01ADDAC1D89EED587B3964D646.2_cid364 (Stand: 12. Oktober 2022).
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: Flucht und Migration. Grundlagen und Begriffe, o.J., unter: <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/flucht/fachbegriffe#lexicon=21866> (Stand: 12. Oktober 2022).
- Deg, Robert: Basiswissen Public Relations. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden 6. Auflage 2017, Springer VS.
- Derin, Benjamin/Singelnstein, Tobias: Die Polizei – Helfer, Gegner, Staatsgewalt. Inspektion einer mächtigen Organisation, Berlin 2022, Econ Verlag.
- Deutscher Presserat: Verhaltensgrundsätzen Presse/Rundfunk und Polizei von 1993, o.J., unter: https://www.presserat.de/downloads.html?file=files/presserat/dokumente/download/Verhaltensgrundsaeetze_Presse_Polizei.pdf (Stand: 12. Oktober 2022).
- Deutscher Rat für Public Relations: Deutscher Kommunikationsindex, 29. November 2012, unter: https://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/08/Deutscher_Kommunikationskodex.pdf (Stand: 12. Oktober 2022).
- Erpenbeck, John: Kompetenz, in: Enzyklopädie Philosophie. Band 2 I-P, Sandkühler, Hans Jörg (Hrsg.), Hamburg 2010, Felix Meiner Verlag, 1269-1273.
- Funiok, Rüdiger: Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft, Stuttgart 2007, Kohlhammer.
- Funiok, Rüdiger: Verantwortung, in: Handbuch Medien- und Informationsethik, Heesen, Jessica (Hrsg.), Stuttgart 2016, J.B. Metzler, 74-80.

- Galileo: Alles nur PR? Wie funktioniert das System „GRETA THUNBERG“?, 14. November 2019, unter: <https://www.prosieben.de/tv/galileo/videos/2019309-alles-nur-pr-wie-funktioniert-das-system-greta-thunberg-clip> (Stand: 12. Oktober 2022).
- Geisel, Sieglinde: Geflüchtete versus Asylanten. Begriffe drücken Einstellungen aus, 10. September 2015, unter: <https://www.deutschlandfunkkultur.de/gefluechtete-versus-asylanten-begriffe-druecken-100.html> (Stand: 12. Oktober 2022).
- Günther, Klaus: Fairness in den Medien, Münster 1999, Agenda Verlag.
- Hoffmann, Olaf: Grundwissen Public Relations. Ein Leitfaden für Studium und Praxis, München 2. Auflage 2020, UVK Verlag.
- Hollstein, Tina: Illegale Migration und transnationale Lebensbewältigung. Eine qualitativ-empirische Studie, Wiesbaden 2017, Springer VS.
- Höhne, Valerie: Seehofer über Flüchtlinge. 69 Abschiebungen zum 69. Geburtstag, 10. Juli 2018, unter: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/seehofer-69-abschiebungen-zum-69-geburtstag-a-1217747.html> (Stand: 12. Oktober 2022).
- Hunger, Uwe/Rother, Stefan: Internationale Migrationspolitik, München 2021, UVK Verlag.
- Jarolimek, Stefan/Melzer, Anne/Böhmer, Marina: Kommunikation als Profession 2.0. Das Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Polizei 2019, Kuratorium der Deutschen Hochschule der Polizei (Hrsg.), Münster 2019, Hochschulverlag der Deutschen Hochschule der Polizei.
- Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken, Schmidt, Thorsten (Übers.), München 14. Auflage 2012, Siedler Verlag.
- Klarmann, Tobias: Illegalisierte Migration. Die (De-)Konstruktion migrationsspezifischer Illegalitäten im Unionsrecht, Baden Baden 2021, Nomos.
- Loick, Daniel (Hrsg.): Kritik der Polizei, Frankfurt/New York 2018, Campus Verlag.
- Marckmann, Georg: Was ist eigentlich prinzipienorientierte Medizinethik?, in: Ärzteblatt Baden-Württemberg 56 (2000), 499-502.
- Mau, Steffen: Sortiermaschinen. Die Neuerfindung der Grenze im 21. Jahrhundert, München 2021, C.H. Beck.
- Maurer, Marcus/Jost, Pablo/Kruschinski, Simon/Haßler, Jörg: Fünf Jahre Medienberichterstattung über Flucht und Migration, Johannes Gutenberg-Universität Mainz – Institut für Publizistik (Hrsg.), Mainz 2021, Stiftung Mercator.
- Meier, Klaus/Reimer, Julius: Transparenz im Journalismus. Instrumente, Konfliktpotentiale, Wirkung, in: Publizistik 56 (2011), 133-155.
- Merten, Klaus/Risse, Sonja: Ethik der PR. Ethik oder PR für PR? Plädoyer für eine funktionierende PR-Ethik, o.J., unter: <https://pr-journal.de/lese-tipps/themen-der-zeit/7098-pr-ethik-als-normierung-der-norm-auferstehung-der-inquisition.html> (Stand: 12. Oktober 2022).

- Neske, Matthias: Menschenschmuggel. Deutschland als Transit- und Zielland irregulärer Migration, Stuttgart 2007, Lucius & Lucius.
- Orrù, Elisa: Legimität, Sicherheit, Autonomie. Eine philosophische Analyse der EU-Sicherheitspolitik im Kontext der Digitalisierung, Baden-Baden 2021, Nomos.
- Paganini, Claudia: Entwurf einer rekonstruktiven Medienethik. Analyse und Auswertung internationaler und nationaler Selbstverpflichtungskodizes, in: Studien und Impulse zur Medienethik. Band 2, Altmeppen, Klaus-Dieter/Filipović, Alexander (Hrsg.), München/Eichstätt 2018, zem::dg-papers.
- Paganini, Claudia: Werte für die Medien(ethik), Kommunikations- und Medienethik, Band 12, Filipović, Alexander/Schicha, Christian/Stapf, Ingrid (Hrsg.), Baden-Baden 2020, Nomos.
- Picker, Christoph: Flüchtlingsethik, Paderborn 2020, Verlag Ferdinand Schöningh.
- Polizei Nordrhein-Westfalen: Pressearbeit, o.J., unter: <https://polizei.nrw/artikel/pressearbeit> (Stand: 12. Oktober 2022).
- Rademacher, Lars: Public Relations, in: Handbuch Medienethik, Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.), Wiesbaden 2010, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 278-292.
- Röttger, Ulrike/Kobusch, Jana/Preusse, Joachim: Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung, Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.), Wiesbaden 3. Auflage 2018, Springer VS.
- Scharf, Rainer: Die PR-Ethik deutscher Exekutivbehörden. Legitimität behördlicher Öffentlichkeitsarbeit im Interessenskonflikt zwischen umfassender und eingeschränkter Transparenz, Masterthesis im Rahmen des Universitätslehrgangs Communications MSc, Fachvertiefung PR und integrierte Kommunikation, eingereicht am 24. März 2009 an der Donau-Universität Krems.
- Schicha, Christian: Medienethik. Grundlagen, Anwendungen, Ressourcen, München 2019, UVK Verlag.
- Schmalz, Peter: SZ-Redakteur stellt klar. Das „Rasse“-Zitat gibt es gar nicht, o.J., unter: <http://protest-muenchen.sub-bavaria.de/artikel/2700> (Stand: 12. Oktober 2022).
- Schumann, Michael: Nomen Agentis, in: Deutsche Grammatik, Hentschel, Elke (Hrsg.), Berlin 2010, De Gruyter, 197-198.
- Statistisches Bundesamt: Gut jede vierte Person in Deutschland hatte 2021 einen Migrationshintergrund. Bevölkerung mit Migrationshintergrund wächst 2021 um 2,0 % auf 22,3 Millionen, 12. April 2022, unter: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/04/PD22_162_125.html (Stand: 12. Oktober 2022).
- Stiller, Michael: Ein Zitat, das keines ist. Stoiber hat nie gegen die „durchrasste Gesellschaft“ gehetzt, in: Süddeutsche Zeitung vom 8. Februar 2002.
- Unwort des Jahres: Unwörter seit 1991, 2022, unter: <https://www.unwortdesjahres.net/unwort/das-unwort-seit-1991/> (Stand: 12. Oktober 2022).

Weiland, Severin: Geis-Entgleisung. Empörung über Gerede von der "durchrassten Gesellschaft", 6. Februar 2002, unter: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/geis-entgleisung-empoerung-ueber-gerede-von-der-durchrassten-gesellschaft-a-181032.html> (Stand: 12. Oktober 2022).

Würz, Wolfgang: Migration und Schleusung – zwei Seiten einer Medaille, 17. Mai 2021, unter: <https://crisis-prevention.de/innere-sicherheit/migration-schleusung-zwei-seiten-einer-medaille.html> (Stand: 1. Oktober 2022).

