



Zur Beachtung!

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt. Der vorliegende Abdruck ist nur zum privaten Gebrauch des Empfängers hergestellt. Jede andere Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Urheberberechtigten unzulässig und strafbar. Insbesondere darf er weder vervielfältigt, verarbeitet oder zu öffentlichen Wiedergaben benutzt werden. Die in den Beiträgen dargestellten Sachverhalte entsprechen dem Stand des jeweiligen Sendetermins.

Beitrag: **Bild-Kampagne „Wir helfen“: Flüchtlingshilfe als PR-Instrument?**

Bericht: Philipp Jahn, Andreas Maus

Datum: 24.09.2015

Georg Restle: „Die Flüchtlingsdebatte in Deutschland wurde in den letzten Wochen ja vor allem durch eine riesige Welle der Hilfsbereitschaft geprägt. Und ganz vorne mit dabei, Deutschlands größte Tageszeitung. Bild hilft Flüchtlingen - und alle machen mit. Na ja, nicht ganz alle. Acht Zweitligavereine wollten sich am letzten Wochenende dann doch nicht vor den Bild-Karren spannen lassen. Viele Regierungspolitiker dagegen schon. Aber wer hilft da eigentlich wem? Fragen sich Philipp Jahn und Andreas Maus.“

Bundesliga am vergangenen Wochenende. Volle Stadien, ein Millionenpublikum - wie immer. Doch diesmal spielte man auch für die „gute Sache“. Auf den Trikotärmeln fast aller Teams: „Wir helfen“, das Logo einer Kampagne zur Flüchtlingshilfe - von der Bild-Zeitung. Die Bild setzt sich an die Spitze der Flüchtlingshelfer - und alle machen mit - Schauspieler, Sportler, Spitzenpolitiker. Bis auf die Regierungsbank im Bundestag hat es das Kampagnen-Logo geschafft - es ist praktisch überall. Und das steht dann wieder in der Bild, seitenfüllend. Moment mal, Bild und die Flüchtlinge? Lange klang das irgendwie anders. Noch vor einem halben Jahr war von „Asyl-Ansturm“ zu lesen. Und von „Asyl-Lawine“. Woher jetzt der Sinneswandel?

Wolfgang Storz, Publizist: „Bild will Aufmerksamkeit für sich selbst maximieren. Und das kann ich nicht, wenn ich Kampagnen gegen die Stimmung und die Einstellungen von Mehrheiten mache. Sie können davon ausgehen, dass Bild diese Kampagne zugunsten von Flüchtlingen nicht gemacht hätte, wenn es nicht bereits eine sehr positive, stabile Grundstimmung in der Bevölkerung und auch in der Wirtschaft und der Politik zugunsten der Flüchtlinge gäbe.“

Weil also Flüchtlinge auf einmal willkommen sind, heißt sie auch die Bild willkommen? Und weil unzählige Freiwillige Flüchtlingen helfen, sagt auch Bild: „Wir helfen“? Vertreter echter Hilfsorganisationen halten das für wenig hilfreich.

Katja Maurer, medico international e. V.: „Das ist ein wunderbares, ein historisches Ereignis in Deutschland aus meiner Sicht. Und da klebt jetzt plötzlich der Bild-Zeitungs-Kleber drauf. Und das finde ich, ist ein PR-Coup, das ist Marketing, aber das halte ich für äußerst kontraproduktiv.“

Ulrich Schneider, Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband: „Durch diese Kampagne hilft Bild in erster Linie sich selbst, überall prangt das Logo „Wir helfen Bild“. Und dass es eine Verkaufskampagne ist, sieht man auch an dem Logo. Es hätte auch gereicht, draufzuschreiben „Wir helfen“, aber ich glaube auf „Bild“ legen die schon großen Wert. In zweiter Linie hilft Bild möglicherweise - aus deren Sicht - den Menschen, die da mitmachen, Spitzenpolitiker. Und erst in dritter Linie denke ich tatsächlich Flüchtlingen.“

Bild sieht das ganz anders: „Wir helfen“ sei keine Image-Kampagne für Bild, sondern eine Solidaritätskampagne. Es gehe ausschließlich um die gute Sache. Eine gute Sache vor allem für Bild. Experten schätzen den Werbewert der Bundesliga-Aktion auf rund eine Million Euro. Acht Zweitliga-Vereine wollten da nicht mitspielen - und viele Fans auch nicht.

Mann: „Ja, ich find's gut, dass wir nicht mitmachen. Schlicht und ergreifend aus dem Grund, dass die Bild-Zeitung aus meiner Sicht nicht das richtige Blatt ist, um solche Kampagnen zu fahren. Wer jahrelang hetzt, sollte halt einfach bei sowas still sein und das nicht noch für Werbezwecke nutzen.“

2. Mann: „Völlig daneben! Ein Hetzblatt wie die Bild-Zeitung, die jahrelang gegen Ausländer gehetzt haben und jetzt drehen sie sich nach dem Wind. Geht gar nicht!“

Geht doch! Spitzenpolitiker hatten jedenfalls keine Bedenken. Die halbe Bundesregierung hat sich als Gesicht der Bild-Kampagne hergegeben. Dazu der FDP-Chef und der Fraktionschef der Linken. Und der Außenminister zeigte sich sogar im Bild-Internetvideo. Warum das alles, wollten wir dann doch genauer wissen.

Reporter: „Was hat Sie bewogen, sich für die „Wir helfen“-Aktion der Bild-Zeitung einspannen zu lassen?“

Frank-Walter Steinmeier (SPD), Bundesaußenminister: „Ich hab mich gar nicht einspannen lassen, sondern ich bin, wie hoffentlich viele, froh darüber, dass sich viele in Deutschland bereit erklärt haben, nicht nur über das Migrationsthema als Problem zu reden, sondern sich selbst einzusetzen. Und alles, was diese Haltung unterstützt, kann ich nicht kritisieren.“

Reporter: „Frau Schwesig, eine Frage, ARD, Redaktion Monitor, eine kurze Frage zur Bild-Aktion „Wir helfen“: Warum haben Sie sich denn einspannen lassen davon?“

Gregor Gysi (Die Linke), Fraktionsvorsitzender: „Nicht mir immer so blöde moralisch kommen! Wissen Sie, ich mag diese Herangehensweise nicht. Es gibt sieben bis 15 Millionen, die sie lesen. Die sind mir wichtig. Und damit helf ich doch nicht der Bild-Zeitung, letztlich nützt denen das gar nichts.“

Nö, außer Aufmerksamkeit, Auflage und kostenloser Werbung.

Ulrich Schneider, Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband: „Was mich empört ist, wie schnell da auch Spitzenpolitiker mitmachen und sich zum Verkaufsinstrument von Bild-Zeitung machen und auch nicht mal Skrupel haben, sich auf die Regierungsbank zu setzen und hier einen Button von Bild zu tragen, wo drauf steht: „Wir helfen Bild“. Also, das kann doch nicht mehr wahr sein!“

Ist es aber. Bild gibt den Flüchtlingshelfer - und alle machen mit. Bis zur nächsten Kampagne. Mal sehen, wofür oder wogegen.
