

LEITARTIKEL

Das Übel deutscher Langsamkeit

Das Land braucht schlicht ein funktionierendes Warnsystem mit Sirenen und Handy-Alarm

Deutschland hat ein Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BKK), es hat Lagezentren und Leitstellen in Ländern und Kommunen, Hunderte Experten, Warn-Apps und hier und da noch Sirenen. Und trotzdem sind bei der Unwetter-Katastrophe in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen mehr als 170 Menschen gestorben.

Aus Ungläubigkeit und Erschrecken während der Corona-Pandemie darüber, was in diesem vergleichsweise reichen, technisch hochgerüsteten und gut organisierten Land alles nicht funktioniert, sind Ungläubigkeit und Erschrecken über die Mängel der deutschen Unwetter-Warnkette geworden.

Das liegt zwar auch daran, dass wir solche apokalyptischen Szenen eher aus dem Ausland kennen und Konflikte oft erst aus bitterer Erfahrung gezielt angegangen werden. Aber es hat

„Das Schlimmste ist: Die Unfähigkeit droht sich fortzusetzen

auch etwas mit deutscher Schwerfälligkeit und Langsamkeit zu tun, erkannte Defizite nicht zügig zu beheben. Und das Schlimmste ist, dass sich diese Unfähigkeit fortzusetzen droht.

Gut vier Monate ist es her, dass Innenminister Horst Seehofer (CSU) verkündet hatte, dass das BKK „zu einem wichtigen Dienstleister“ für Bund, Länder und Kommunen entwickelt werde. Das war sechs Monate nach dem pannenreichen Warntag, als der Probealarm in

Deutschland danebenging, in dessen Folge der damalige BKK-Chef seinen Posten verlor. Deutschland war also selbst gewarnt – aber offensichtlich nicht alarmiert genug.

Nun wird darum gerungen, ob Katastrophenschutz zentralisiert und der Bund die Verantwortung übernehmen soll – was Seehofer ablehnt. Es ist tatsächlich fraglich, ob ein Bundesamt die Lage in Erftstadt im Krisenfall besser beurteilen kann als das dortige Bürgermeisteramt. Aber es ist wenig vertrauenerweckend, wenn Seehofer jetzt sagt: „Das BKK wird künftig ein Kompetenzzentrum.“ Das ist es doch schon – aber geschützt hat es nicht. Deutschland braucht schlicht ein funktionierendes Warnsystem auch mit batteriebetriebenen Sirenen und digitalem Alarm auf allen Handys. Schuster sagt, das „Thema Sirene, Cell Broadcast, wird in den nächsten zwei, drei Jahren garantiert Wirkung erzielen“. Un-erträglich. Zwei, drei Monate wären angemessen.

Deutsche Politiker sprechen verantwortungsbewusst vom Menschen-gemachten Klimawandel. Aber es gibt immer noch kein radikales Umsteuern. Es ist zu hoffen, dass die zerstörten Gebiete nun die Chance haben, neu anzufangen und Milliarden für neue Siedlungsstrukturen auszugeben, die sonst zur Schadensbeseitigung aufgewendet werden müssten.

Im Wahlkampf sind das gute Themen. Aber die Gefahr ist groß, dass es lange dauern wird, bis sich die Politik nach der Bundestagswahl zurechtgerüttelt hat. Erfahrungen führen zum Umdenken, wenn sie bitter genug sind. Der Pannen-Warntag und die Unwetter-Katastrophe müssen dafür ausreichen.

KOMMENTAR

Notwendige Transformation

Karstadt und Kaufhof suchen neue Strahlkraft

Ein Neuanfang ist immer ein Kraftakt. Das gilt umso mehr, je schwieriger die Ausgangslage ist. Nach Corona, Insolvenz und Staatshilfe blieb dem angeschlagenen Warenhauskonzern Galeria Karstadt Kaufhof kaum eine andere Wahl. Schon vor der Pandemie fehlte ein schlüssiges Konzept, wie das Kaufhaus der Zukunft aussehen soll und vor allem, wie es sich gegen den Online-Handel behaupten kann. Die neue Dreiteilung in Weltstadthaus, regionalen Magneten und lokales Forum bietet die Möglichkeit, das Angebot stärker an die Bedürfnisse vor Ort anzupassen und das Sortiment insgesamt stärker zu regionalisieren. Kaum ein Kunde erwartet heute noch ein Vollsor-timent. Unternehmen wie Ikea oder Rewe sind diesen Schritt bereits mit Erfolg gegangen.

Dass nun auch die einst klangvollen Namen Karstadt und Kaufhof verschwinden, ist gewiss bedauerlich. Aber sie haben bei der Zielgruppe, die nun heranwächst, keine Zugkraft mehr und werden emotional eher mit der Eltern- oder Großeltern-Generation verknüpft.

Mit dem Namen Galeria neue Strahlkraft zu entwickeln, ist auf Basis des Bestehenden sicher auch nicht leicht. Da sind Modeplattformen wie „About you“, die auf dem Reißbrett entworfen wurden, im Vorteil. Aber die Transformation kann gelingen. Das zeigt das Beispiel Audi. Lange als bieder beleumundet, schaffte es die VW-Tochter, im Marktwert zu den Premium-Größen Mercedes und BMW aufzuschließen. Dafür braucht es allerdings wirtschaftliche Kraft und einen langen Atem.

KRISTINA DUNZ
ksta-politik@
dumont.de

DEUTSCHE ZUSTÄNDE

Ein Anpack in der Krise

Nach Corona ist die Flut eine zweite Ohnmachtserfahrung, aber auch ein positives Erlebnis von Gemeinschaft und Nähe

Herr Grünewald, erst Corona, dann die Flut. Eine Krise jagt die nächste. Was macht das mit dem Seelenhaushalt der Betroffenen?

Sie erleben die Krisen nicht bloß als Abfolge. Vielmehr überlagert und potenziert die Flutkatastrophe das Pandemiegeschehen. Was den Menschen in der Corona-Krise Halt, Stabilität und eine Rückzugsmöglichkeit geboten hatte, die eigene Wohnung, das Haus, das Gärtchen dahinter, die man im Lock-down verschönert, gehegt und gepflegt hat – alles das ist überflutet und unterspült worden.

Eine doppelte existenzielle Erschütterung? Zunächst eine doppelte Ohnmachtserfahrung. Ist das Corona-Virus den Menschen als unsichtbarer Feind gegenübergetreten, ist jetzt die Flut als ein Feind hinzugekommen, der zwar sichtbar, aber in seiner Schnelligkeit und seiner Wucht dennoch unbezwingbar ist. Der Grad der Erschütterung wird deutlich, wenn Flutopfer sagen: „Wir sind noch am Leben. Das ist das Einzige, was jetzt zählt“. Wir hören in unseren tiefenpsychologischen Interviews die bange Frage: Wo kann ich denn jetzt überhaupt noch bleiben? Wo gibt es überhaupt noch Sicherheit?

Welche Antworten geben sich die Menschen dann selbst?

In der Corona-Krise folgten als Reaktion auf die Bedrohung allerlei Übersprungshandlungen: Es wurde gehamstert, geputzt und gewerkelt. Aber man machte sich auch ein Stück unsichtbar. Die Flut bietet jetzt buchstäblich einen produktiven Anpack: Bei den Aufräumarbeiten, in der tätigen Solidarität sind viele Menschen förmlich über sich hinausgewachsen. Und sie sind präsent – im Füreinander da.

Das hat etwas Tröstliches?

In der Krise wandelt sich die Beziehung zu den Nächsten. Corona hat den Mensch neben mir zum potenziellen Virenträger und Infektionsherd gemacht, den es zu meiden galt. Jetzt ist der Nachbar wieder mein Freund und Helfer: Nähe, Gemeinschaft und Zusammenhalt statt Social Distancing. Das überträgt sich auch auf die Menschen, die außerhalb der Katastrophenregionen leben. Deutlichster Ausdruck dafür ist die Spendenflut für die Flutopfer.

Die Flut ist aber ein punktuelles Geschehen, die Pandemie als latente Bedrohung bleibt.

Im Augenblick hat sich die viel beschworene „vierte Welle“ tatsächlich komplett anders dargestellt, als die Metapher es nahelegte. Die Flutwelle ist sehr real und mit elementarer Gewalt über NRW, Rheinland-Pfalz und auch über Bayern hinweggerollt. Wir ahnen zwar, dass andere Krisen – der Klimawandel, die weltweite Migration, die ökonomische Herausforderung durch den Wirtschaftsgiganten China – mindestens so komplex, langwierig und schwierig in der Bewältigung sein werden. Aber wir lernen auch, uns mit Krisen wie der Pandemie einzurichten.

STEPHAN GRÜNEWALD

ist Geschäftsführer des Kölner „rheingold“-Instituts. Er spricht aus psychologischer Sicht über gesellschaftlich relevante Themen

Ist der Gewöhnungseffekt nicht gefährlich?

Die Menschen neigen angesichts drohender Gefahren von jeher dazu, sich lieber mit einer schon bekannten Gefahr zu arrangieren, als unbekannten, neuen Gefahren ins Auge zu schauen. Insofern sind wir jetzt an einem Kippunkt. Wir müssen angesichts der nächsten Welle der Pandemie weiter vorsorgen. Wir müssen zugleich vorsorgen, dass der nächste Starkregen die Misere nicht noch verschlimmert. Die Abfolge der Krisen bestätigt aber auch die Erfahrung, dass

es meistens anders kommt, als man denkt. Womöglich erleben wir schon bald ein neues Fiasco, von dem wir bislang nicht die geringste Ahnung haben. Und wenn wir die Dämme stabilisieren und die beschädigten Häuser gesichert haben, kann es an einer ganz anderen Stelle neu losbrechen.

Na toll.

Sehen Sie es mal so: Die Corona-Krise war eine Art Spaltpilz. Die Gesellschaft, aber auch Freundeskreise, Nachbarschaften und ganze Familien haben sich entzweit. Wir haben Glaubenskriege um den richtigen Weg der Pandemiebekämpfung geführt. Jetzt aber besinnen wir uns anstelle des Fundamentalistischen auf das Fundamentale: Was zeichnet uns als zivilisierte Menschen aus? Was hält uns als Gesellschaft zusammen? Diese Frage eint eher, als dass sie trennt, und die Menschen bilden im besten Sinne ihre

„Die Menschen bilden im besten Sinne ihre eigene Kultur aus – in Form von Helfer-Gemeinschaften

eigene Kultur aus – in Form von Helfer-Gemeinschaften und mit einer zivilen Mobilisierung gegen die Gewalt der Natur.

Wenn uns jetzt wieder die Corona-Krise einholt, wie kann die Impfbereitschaft am ehesten erhöht werden?

Ich rate dazu, auf Freiwilligkeit zu setzen. Wir sind ja jetzt in einer sommerlichen Selbstvergessenheit. Die Infektionszahlen sind niedrig, die Erkrankungen im Rahmen. Lange Zeit war das Ergattern eines Impftermins gut fürs Sozialprestige, weil Impfstoffe ein begehrtes, knappes Gut waren. Jetzt werden einem die Impfdosen fast nachgeworfen. Das passt zur abwartenden, leicht dösen Sommerstimmung. Ich setze aber darauf, dass die Impfbereitschaft nach dem Ende der Ferien angesichts steigender Infektionszahlen und einer erkennbaren Gefährdungslage wieder steigt und wir uns der Herdenimmunität nähern.

Das Gespräch führte Joachim Frank

PRESSESCHAU

Freundliches Werben und maßvolles Aufbauen von Druck

SÜDWEST PRESSE

ULM Eine Impfpflicht wäre ein weiterer Eingriff in die individuelle Freiheit. Zwar durchaus begründet, denn es gibt keine berechtigten Zweifel an der Wirksamkeit und dem Nutzen der Impfstoffe, und doch ist es nicht Aufgabe des Staates, jemand zu seinem vermeintlichen Glück zu zwingen.

DIE WELT

BERLIN Die Parteien (...) verfangen sich ohne wirklich sichtbare, unmittelbar drohende Gefahr in einer Grundsatzdiskussion über Freiheit und Unfreiheit, die so hypothetisch wie hinderlich ist. Hypothetisch ist sie, weil der Nachweis der Impferfolge gegen mögliche neue Mutationen im Moment gar nicht zu erbringen ist. Hinderlich ist sie, weil solcher Grundsatzstreit mit all seinen großartigen rhetorischen Positionierungen ziemlich schnell auf hohe moralische Rösser führt, von denen heruntersteigen es im Wahlkampf dann voraussichtlich schwierig wird.

LEIPZIGER VOLKSZEITUNG

Versucht Kanzleramtsminister Helge Braun, Druck auf Impfunwillige aufzubauen? Wahrscheinlich ist das so. Doch ein überschaubares Maß an Druck muss in einer so bedrohlichen Lage für die Gesellschaft auch zulässig sein. Der Staat hat eine Verantwortung für alle Bürger – nicht nur für die Impfunwilligen. Die einen mögen auf Werben und Anreize reagieren. Andere überdenken ihre Haltung vielleicht, wenn ihnen deutlich wird, dass auch ihnen persönlich Nachteile entstehen. Freundliches Werben und das maßvolle Aufbauen von Druck schließen also einander nicht aus. Viele Wege führen zur Herdenimmunität.

Kölner Stadt-Anzeiger

KÖLNISCHE ZEITUNG

Herausgeber: Prof. Alfred Neven DuMont I, Christian DuMont Schütte, Isabella Neven DuMont
Chefredakteur: Carsten Fiedler.
Stellvertreter: Lutz Feierabend, Dr. Sarah Brasack.
Head of Digital: Martin Dowideit.
Leitender Redakteur: Wolfgang Wagner (Politik).
Chefkorrespondent: Joachim Frank.
Köln: Christian Hümmeler (Leitender Redakteur); **Landeskorrespondenten:** Gerhard Voogt (Leitender Redakteur), Frank Olbert (Bildung); **Newsteam:** Kendra Stenzel; **NRW/Story:** Claudia Lehnen; **Wirtschaft:** Thorsten Breitkopf; **Sport:** Christian Lör; **Kultur:** Anne Burgmer; **Magazin:** Eva Fiedler, Jenny Meysner; **Chefreporter:** Peter Berger, Detlef Schmalenberg, Karlheinz Wagner.
Art Director: Nikolas Janitzky; **Produktion:** Klaus Schröder; **Regiodesk:** Michael Greuel, Christine Badke. Alle verantwortlich und wohnhaft in Köln.

Hauptstadtbüro: Eva Quadbeck (Ltg.); RND Berlin GmbH, GF: Marco Fenske.
Auslandsvertretungen: Paris: Birgit Holzer; London: Katrin Pribyl; Washington: Karl Doemens; Brüssel: Damiir Fras; Madrid: Martin Dahms; Athen: Gerd Höhler; Istanbul/Nikosia: Frank Nordhausen; Johannesburg: Johannes Dieterich.
Nachrichtenagenturen: dpa, afp, sid, kna
E-Mail Redaktion: ksta-redaktion@dumont.de; Fax Redaktion: 0221/224 2524.
Verlag: M. DuMont Schauberg – Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & CoKG, 50590 Köln, Neven DuMont Haus, oder Amsterdamer Straße 192, 50735 Köln. Postbank Köln, IBAN: DE90 3701 0050 0000 2505 05.
Verlagsgeschäftsführer: Mirco Striewski, Karsten Hundhausen (Mediaverkauf).
Leiterin Vertrieb: Birgit Rollesbroich.

Das Bezugsgeld enthält 7 % Mehrwertsteuer. Freitags mit Prisma, TV-Magazin zur Zeitung. Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 23 vom 1. Januar 2021 und unsere Allgemeinen und Zusätzlichen Geschäftsbedingungen. Erfüllungsort und Gerichtsstand, soweit gesetzlich zulässig, ist Köln. Für unverlangt eingesandte Manuskripte keine Gewähr.
Druck: DuMont Druck Köln GmbH & Co. KG. Für die Herstellung des Kölner Stadt-Anzeiger wird Recycling-Papier verwendet.
Abonnenten-Service
Tel. 0221 / 92586420, Fax 0221 / 224-23 32
E-Mail: abo-kundenservice.koeln@dumont.de
Anzeigen-Service
Tel. 0221 / 92586410, Fax 0221 / 224-24 91
E-Mail: anzeigen.koeln@dumont.de
Diese Zeitung wird unter Verwendung von Google-Fonts hergestellt.
Kölner Stadt-Anzeiger online: www.ksta.de