

„Die German
Angst
gibt
es so
nicht“



Angst ist ein schlechter Ratgeber, sagt der Volksmund. Angst kann ein guter Ratgeber sein, sagt Jürgen Margraf. Der Lehrstuhlinhaber für Klinische Psychologie und Psychotherapie an der Ruhr-Universität Bochum forscht seit Jahrzehnten zu Angststörungen. In den Tagen des Coronavirus ist er ein gefragter Gesprächspartner. Im Interview erklärt er, weshalb wir Risiken besser einzuschätzen lernen sollten.

Interview Matthias Haller, Fotos Alexander Basta

Personalmagazin: Herr Margraf, Sondersendungen, Live-Ticker, Blogs, Podcasts, Newsletter, das Informationsangebot zum Coronavirus scheint unerschöpflich. Warum fürchten sich dennoch so viele Menschen davor?

Jürgen Margraf: Dabei spielt die Psychologie der Risikowahrnehmung eine große Rolle. Wir haben bestimmte Grundregeln, die greifen, wenn es darum geht, Risiken zu beurteilen. Bei allem was wir kennen, meinen zu kennen, was alltäglich ist oder wir freiwillig tun, unterschätzen wir die Gefahr. Umgekehrt überschätzen wir die Gefahr beim Neuen, Unbekannten, Unsichtbaren, beispielsweise dem Coronavirus. Das bewirkt Angst.

Und die ist nach dem Volksmund ein schlechter Ratgeber.

Angst ist grundsätzlich ein guter Ratgeber. Sie kann sogar unser bester Freund sein, wenn sie ihre Grundfunktion erfüllt und uns vor Gefahren warnt, um rasches Handeln vorzubereiten. Angst kann natürlich auch übertrieben sein, da wir nicht alle gleich stark reagieren. So kann es zu Massenphänomenen kommen, die mehr oder weniger angemessen sind, einer Panik beispielsweise.

Stand heute gibt es weder einen Wirkstoff noch einen Impfstoff gegen das Coronavirus Sars-CoV-2, das die Atemwegsinfektion Covid-19 auslöst. Hinzu kommt: Die Erkrankung verläuft häufiger schwerer, als eine saisonale Grippe. Eine rasche Ausbreitung könnte das Gesundheitssystem überfordern. Das klingt bedrohlich und doch scheint es, als müssten wir erst einmal mit dieser Angst leben.

Ich möchte das Virus nicht verharmlosen. Wenn wir jedoch darüber sprechen, wie Ängste entstehen und sich verbreiten, sollten wir auf das wahrgenommene Risiko blicken. Und das wiederum hängt am Framing der medialen Berichterstattung, also daran, wie Informationen und Fakten dargestellt werden. Aus medizinischer Sicht ist es sicherlich korrekt, von einer Mortalitätsrate zu sprechen. Es macht allerdings einen erheblichen Unterschied, ob ich schreibe: Drei von einhundert Menschen sterben an Corona. Oder: 97 Prozent überleben das Virus. Die Aussage ist dieselbe, die Botschaft nicht.

Schuld sind also die Medien, die wahlweise verheimlichen, verharmlosen oder dramatisieren und so Ängste schüren.

Das sehe ich nicht so. Im Gegenteil, ich bin optimistisch, dass Corona für die Qualitätsmedien auch eine Chance sein kann, sich abzuheben und zu zeigen, dass sie vernünftig informieren können. In weiten Teilen ist das bislang auch der Fall. Aber natürlich gibt es auch Medien, die Einzelschicksale herauskehren und damit emotionalisieren. Das trägt zur Verunsicherung bei. Darüber hinaus kommt es auf die Dosierung an. Wer mehrfach täglich Eilmeldungen schickt oder per Live-Ticker Fallzahlen aktualisiert, verleiht der Thematik unnötige Brisanz.

Die mediale Präsenz des Coronavirus oder auch des Sturmtiefs Sabine erweckt mitunter den Eindruck, als wäre in Deutschland die Furcht vor Gefahren stärker ausgeprägt, als anderswo in Europa. Täuscht der?

Es gibt Unterschiede im Ausmaß der Ängstlichkeit und Angstbereitschaft, sowohl auf individueller als auch kultureller Ebene – und darüber hinaus auch im Zeitverlauf. Aber anders als viele deutsche Schreiber meinen, sind die Deutschen nicht besonders ängstlich. Zwar hat es der Begriff der „German Angst“ in die angelsächsischen Feuilletons geschafft, treffend ist er dennoch nicht. Wir haben durchschnittlich weniger Angst, als beispielsweise die Amerikaner, aber mehr Angst als die Chinesen. Interessant ist dabei, dass sich gesellschaftliche Angst im Zeitverlauf ändern kann. In den USA dokumentiert die Forschung beispielsweise einen massiven Anstieg der Angst im letzten Jahrhundert. Den gibt es in Europa – zumindest was die deutsch- und englischsprachigen Länder betrifft – so nicht.

Dennoch gibt es auch hierzulande Hamsterkäufe in Supermärkten. Neigen wir in Krisensituationen zu irrationalem Handeln?

Als Menschen können wir ohnehin immer nur begrenzt rational handeln. Das ist wissenschaftlicher Konsens und liegt daran, dass unsere Informationsverarbeitungskapazität begrenzt ist. Ob wir uns in Krisenzeiten irrationaler verhalten, lässt sich nicht eindeutig beantworten. Es gibt jedoch Fakten, die in diese Richtung deuten. Ein Zusammenhang scheint mir daher plausibel. Wir erleben dann eine Zunahme der Verunsicherung, die in krassem Gegensatz zu den objektiven Daten steht. Würden Sie die Menschen fragen, ob die Mordrate heute höher ist als früher, würde die Mehrheit bejahen. Tatsächlich ist das Gegenteil der Fall. Dennoch bleibt festzuhalten: Angst verändert unsere Wahrnehmung der Realität.

Wie behalten Betroffene einen klaren Blick?

Indem sie Kontexte schaffen, Risiken beispielsweise einordnen. Eine Möglichkeit wäre, sich Gedanken zu machen, welchen Risiken wir uns täglich aussetzen: Fahrradfahren ohne Helm, eine rote Ampel mitnehmen, sich von Junkfood ernähren. Dinge, die wir ausblenden, von denen jedoch statistisch mitunter eine größere Gefahr für die Gesundheit ausgeht, als von einer Virusinfektion. Wenn wir uns dessen bewusst sind, können wir das Corona-Risiko einordnen. Das kann in bestimmten Momenten helfen.

Und wenn die Angst bleibt?

Wir gewöhnen uns an alles, auch die Angst. Im Fachkontext sprechen wir von Habituation. Die Angst lässt also mit der Zeit nach. Das ist einerseits beruhigend, andererseits gefährlich. Denn spätestens im Herbst haben die Menschen vergessen, dass sie sich regelmäßig die Hände waschen sollten. Das ist insofern problematisch, als dass Virologen davon ausgehen, dass das Coronavirus in Wellen auftreten könnte. Dann hätten wir ein ähnliches Szenario wie bei anderen Krankheiten. Sobald die Menschen sich in Sicherheit wiegen, werden sie nachlässig und die Infektionen nehmen wieder zu.

Sind Menschen nicht in der Lage, die Wahrnehmung für eine Gefahr langfristig geschärft zu halten?

Die Frage ist vielmehr, ob das überhaupt sinnvoll wäre. Es ist durchaus vernünftig, von teilweise übertriebenen Reaktionen zurückzukehren. Stellen Sie sich vor, wir blieben in einer Dauerpanik und es käme eine weitere Hiobsbotschaft. Das wäre

„Wir gewöhnen uns an alles, auch die Angst. Im Fachkontext sprechen wir von Habituation.“



nicht auszuhalten. Es ist also wichtig, dass wir zur Nulllinie zurückfinden. Nur so können wir auf neue Gefahren wieder von Neuem reagieren.

Wie sollten Unternehmen reagieren?

Mit Besonnenheit. Alles was das subjektive Gefühl der Kontrollierbarkeit steigert, trägt dazu bei, dass Mitarbeitende die Lage besser abschätzen und vernünftiger reagieren können. Wenn der Eindruck vermittelt wird, dass die Situation bewältigbar ist, verändert sich auch die Wahrnehmung.

Inwiefern?

Ein Beispiel: Wenn die Regierung oder die Behörden den Eindruck vermitteln zu wissen, was sie tun, wirkt das beruhigend auf die Bevölkerung. Unternehmen sollten also Unsicherheiten vermeiden und Transparenz schaffen. Das bedeutet Vorkehrungen zu treffen, vor allem aber rechtzeitig zu informieren, wenn etwas passiert. Die Ruhr-Universität hat das aus meiner Sicht sehr gut gelöst. Unser Personalchef hat uns frühzeitig informiert und einen Stab eingerichtet, der die Situation beobachtet und falls erforderlich, Maßnahmen ergreift.

Bestimmte Unsicherheiten können Unternehmen doch aber gar nicht nehmen.

Das müssen sie auch nicht. In diesem Kontext ist interessant, dass aus psychologischer Sicht Vorhersagbarkeit die negativen Auswirkungen von Stress bereits drastisch reduziert, selbst wenn der Einzelne nichts tun kann. Wenn ich weiß, dass sich 70 Prozent der Bevölkerung mit Corona infizieren wird, kann ich mich darauf einstellen, dass es wahrscheinlich auch mich treffen wird. Das reduziert die Unsicherheit und damit auch die Angst.

Gehen wir einmal vom Gegenteil aus: Mitarbeitende fürchten sich, geraten in Panik. Was ist zu tun?

Panik hält in der Regel nicht lange an. Im Einzelfall gibt es effektive Kurzzeitinterventionen, also eine psychotherapeutische Behandlung über einen kurzen Zeitraum. Wichtiger sind aus meiner Sicht jedoch langfristige Präventionsmaßnahmen. Und hier kommt mein Standardappell: Das betriebliche Gesundheitsmanagement sollte sich genauso stark um die psychische, wie um die physische Gesundheit der Mitarbeitenden kümmern. Wer körperlich und geistig fit ist, ist weniger anfällig – sei es für Angststörungen oder das Coronavirus. ■■■



HAYS Recruiting experts worldwide

DIGITAL VERNETZT. MENSCHLICH VERBUNDEN.

Mit Unternehmen und Experten.

Wir finden für Unternehmen die richtigen Experten und öffnen Experten die Tür ins passende Unternehmen.

hays.de

ACCOUNTANCY & TAX/CONSTRUCT CONTACT CENTRATIONS/OPERATIONS/LOGISTICS/SAFETY/POLICY SOURCES & MINING BUSINESS/HR LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETING/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANAGEMENT/HEALTHCARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESS & DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTANCY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGEMENT/INFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING/RATESY/BANKING/RESOURCES & HUMAN RESOURCES/ENGINEERING/CONTRACT CENTRES/SOCIAL CARE/NO/ENERGY/HEALTHCARE/AR OFFICE SUPPORT PROCUREMENT/HLUCATION/PHARMACY/CONTACT CENTERING & OPERATIONS/TECHNOLOGY/HEALTH & SAFETY/ENGINEERING/INSURANCE/ENERGY/RESOURCES/LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETING/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANAGEMENT/HEALTHCARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESS & DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTANCY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGEMENT/INFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING/RATESY/BANKING/RESOURCES & HUMAN RESOURCES/ENGINEERING/CONTRACT CENTRES/SOCIAL CARE/NO/ENERGY/HEALTHCARE/AR OFFICE SUPPORT PROCUREMENT/HL

Der neue
HR-Report 2020:
Lebenslanges Lernen in Unternehmen
Jetzt online:
hays.de/lebenslanges-lernen