

Hans Mathias Kepplinger

**Risikofallen**  
**und wie man sie vermeidet**

HERBERT VON HALEM VERLAG

## Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

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

Hans Mathias Kepplinger

*Risikofallen und wie man sie vermeidet*

Köln: Halem, 2021

HANS MATHIAS KEPPLINGER, geb. 1943, hat in Mainz, München und Berlin Politologie, Geschichte und Publizistikwissenschaft studiert. Er war Heisenberg-Stipendiat und von 1982 bis 2011 Professor für Empirische Kommunikationsforschung an der Universität Mainz. Seine Forschungsschwerpunkte sind das Verhältnis von Realität, Realitätsdarstellung der Medien und Realitätswahrnehmung der Bevölkerung; das Selbstverständnis und die Arbeitsweise von Journalisten; die Kommunikation in Konflikten, Krisen und Skandalen sowie die Wirkung von Medien auf Protagonisten von Berichten – Politiker, Juristen, Manager, engagierte Bürger. Kepplinger war Gastwissenschaftler u. a. an der UC Berkeley, der Harvard University und den Universitäten in Tunis, Lugano und Zürich. Er ist Autor von mehr als 300 wissenschaftlichen Aufsätzen und 30 Büchern. 2012 wurde er von der World Association of Public Opinion Research für die Kombination von Bevölkerungsumfragen, Medienanalysen und Realitätsindikatoren mit dem Helen Dinerman Award der ausgezeichnet.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2021 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print) 978-3-86962-614-7

ISBN (PDF) 978-3-86962-615-4

ISBN (ePub) 978-3-86962-616-1

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

TITELBILD: Vladyslav Severyn, Shutterstock

LEKTORAT: Julian Pitten

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# **INHALT**

<b>EINLEITUNG</b>	<b>9</b>
<b>1. ENTWICKLUNG UND VERGLEICH VON RISIKEN</b>	<b>15</b>
1.1 Risikoentwicklungen	15
1.2 Risikovergleiche	18
1.3 Risiken der Risikovermeidung	20
1.4 Risikobilanz für Menschen	23
1.5 Zwischenbilanz	24
<b>2. RISIKOARTEN UND RATIONALER UMGANG</b>	<b>26</b>
2.1 Kollektive und individuelle Risiken	26
2.2 Freiwillige und unfreiwillige Risiken	27
2.3 Theoretische und praktische Risiken	28
2.4 Grenzwerte	29
2.5 Korrelationsanalysen	30
2.6 Epidemiologische Analysen	32
2.7 Wissenschaftliche Prognosen	34
2.8 Risikoausgleich	36
2.9 Zwischenbilanz	38

<b>3.</b>	<b>WAHRNEHMUNG UND EINSCHÄTZUNG VON RISIKEN</b>	<b>40</b>
3.1	Risikovorstellungen von Laien	41
3.2	Risikoschätzungen	43
3.3	Laien	43
3.4	Unrealistischer Optimismus	47
3.5	Männer und Frauen im Vergleich	50
3.6	Zwischenbilanz	51
<b>4.</b>	<b>VERHALTEN BEI RISIKEN</b>	<b>53</b>
4.1	Wahrscheinlichkeit und Schadensgröße	53
4.2	Risiken und Chancen	58
4.3	Emotionen	62
4.4	Informationsansprüche	69
4.5	Pseudosicherheit	71
4.6	Zwischenbilanz	78
<b>5.</b>	<b>AKTEURE UND ARENEN</b>	<b>80</b>
5.1	Akteure	80
5.2	Arenen	85
5.3	Zwischenbilanz	92
<b>6.</b>	<b>REALE UND DARGESTELLTE RISIKEN</b>	<b>94</b>
6.1	Darstellungsfallen	94
6.2	Ereignis- und Berichtshäufigkeit	95
6.3	Vermittlung relevanter Informationen	99
6.4	Kommunikationsblockaden	102
6.5	Zwischenbilanz	108

<b>7.</b>	<b>VERÄNDERUNG DER DARSTELLUNG VON RISIKEN UND SCHÄDEN</b>	<b>110</b>
7.1	Generelle Aspekte	110
7.2	Medienhypes	111
7.3	Zwischenbilanz	115
7.4	Medientrends	116
7.5	Veränderung realer und dargestellter Risiken und Schäden	119
7.6	Ursache von Medientrends	122
7.7	Zwischenbilanz	126
<b>8.</b>	<b>MEDIENNUTZUNG</b>	<b>128</b>
8.1	Generelle Aspekte	128
8.2	Öffentliche Risiken	129
8.3	Nichtöffentliche Risiken	134
8.4	Zwischenbilanz	137
<b>9.</b>	<b>MEDIENWIRKUNGEN</b>	<b>139</b>
9.1	Generelle Aspekte	139
9.2	Risikokenntnisse	140
9.3	Risikoschätzungen	143
9.4	Risikoängste	146
9.5	Framing	149
9.6	Fehleinschätzungen von Risiken	153
9.7	Emotionen	154
9.8	Zwischenbilanz	160
<b>10.</b>	<b>PARADOXE RISIKOÄNGSTE</b>	<b>162</b>
10.1	Veränderung der Risikoquellen	163
10.2	Entfremdung von Risikoursachen	165

10.3	Risikovermarktung	166
10.4	Wohlstandstribute	168
<b>11.</b>	<b>WAS TUN?</b>	<b>170</b>
11.1	Betroffene und Beobachter	171
11.2	Probleme von Entscheidern	172
11.3	Generelle Probleme	173
<b>LITERATUR</b>		<b>175</b>
<b>REGISTER</b>		<b>184</b>
<b>ENDNOTEN</b>		<b>190</b>