
Volkskrankheiten aus der Sicht der Medien

Lucian Haas

Volkskrankheiten nehmen in der Berichterstattung der Medien einen breiten Raum ein. Sie gelten als so wichtig und publikumsträchtig, dass sie es sogar immer wieder auf die Titelseiten diverser Magazine oder in die Schlagzeilen von Boulevard- und „seriösen“ Tageszeitungen schaffen. „Volkskrankheit Schmerz“ prangt dann beispielsweise groß auf dem Cover des Magazins *Der Spiegel*; oder der *Stern* schreibt über „Allergie – das lästige Volksleiden“.

Das Spektrum der Medien ist dabei so breit wie das der Krankheiten, denen von den Redakteuren ein „Volks-“ als adelnde Vorsilbe vorangestellt wird. Hier nur einige Beispiele aus dem Jahr 2008:

- „Depression ist zur Volkskrankheit geworden“ (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung),
- „Volkskrankheit Bluthochdruck“ (Handelsblatt),
- „Rückenschmerzen, die neue Volkskrankheit“ (Die Welt),
- „Rheuma – die wenig bekannte Volkskrankheit“ (Neue Zürcher Zeitung),
- „Therapie gegen Volkskrankheit Schnupfen“ (Der Tagesspiegel),
- „Burnout-Syndrom – wie heilt man diese Volkskrankheit“ (Financial Times Deutschland),
- „Diabetes ist eine Volkskrankheit“ (Frankfurter Rundschau),

- „Rätselhafte Volkskrankheit – Schwindelpatienten“ (Süddeutsche Zeitung),
- „Volkskrankheit Schnarchen“ (Stern).

Auffällig ist, dass in den Medien die Definition einer Volkskrankheit durchaus anders gehandhabt wird als in der Medizin: Medial werden viel mehr Erkrankungen als Volkskrankheiten dargestellt. Man schaue sich nur einmal die folgende kleine Auswahl von Krankheiten an, die man in elektronischen Pressearchiven findet, wenn man unter dem Begriff „Volkskrankheit“ sucht: Stress, Migräne, Angst, Erkältung, Krebs, Karies, Schnarchen, Depression, Grippe, Einsamkeit, Adipositas, COPD, Diabetes, Alzheimer, Rückenschmerzen, Grüner Star, Arthrose, Demenz, Schnupfen, Bluthochdruck, Herzinfarkt, Allergien, Rheuma, Nagelpilz, Sepsis, Tinnitus, Zähneknirschen. Sollten das wirklich alles Volkskrankheiten sein?

Im Onlinelexikon Wikipedia ist eine Volkskrankheit definiert als „eine Krankheit, von der eine große Zahl der Bevölkerung betroffen ist“. Redakteure folgen im Redaktionsalltag freilich einer etwas anderen Definition: „Unter einer Volkskrankheit versteht man solche Krankheiten, die eine große Zahl der Leser betroffen macht.“ Denn schließlich könnte das beschriebene Übel jeden Leser erwischen. Auf diese Weise mutiert der Begriff „Volkskrankheit“ in den Medien zum Marketinginstrument. Die Medien schüren die Ängste der Leser und damit ihr Bedürfnis, sich zu informieren. Eine Volkskrankheit ist ein Verkaufsargument. Der Zusatz „Volks-“ vor einer Krankheit soll dabei die Botschaft vermitteln: Dieser Beitrag ist „für alle“ relevant.

Was entscheidet nun darüber, ab wann eine Krankheit in den Medien als Volkskrankheit gehandelt wird? Es fällt auf, dass in den zugehörigen Artikeln immer wieder ähnliche Formulierungen verwendet werden. Sie dienen dazu, Krankheiten gewissermaßen zu Volkskrankheiten hoch-

zurechnen. Folgende Aussagen gehören zur medialen Volkskrankheitsformel typischerweise dazu:

- a) „Jeder X-te hat es (schon).“ Hierbei sollte die Zahl X möglichst einstellig und jedenfalls klein sein.
- b) „Über Y Millionen sind betroffen.“ Die Zahl Y sollte möglichst groß sein.
- c) „Kostet die Deutschen Z Milliarden im Jahr.“ Die Zahl Z sollte möglichst groß sein.

Lässt sich in diesen drei Kategorien keine eindeutige Begründung für eine Volkskrankheit finden, greifen die Redakteure gelegentlich noch zu einem anderen Formulierungstrick: Dann tauchen in den Texten die Worte „immer mehr“ oder „immer häufiger“ auf. Das impliziert eine beängstigende Steigerung und deutet dem Leser ebenso an, dass auch diese Krankheit für ihn relevant werden könnte.