

Detmold, 09.04.2020

Krisenkommunikation für den Handwerkskasten

1. Agieren ist besser als reagieren

Das hat zwei Dimensionen:

- a. Vorbereitung auf Aussendung einer Pressemitteilung als Antwort auf eine Anfrage
- b. Eigeninitiatives Suchen der Öffentlichkeit, wenn es geboten erscheint.

Die Entscheidung muss je nach Situation und Relevanz der Krise für die breite Öffentlichkeit getroffen werden. Ein Beispiel in der derzeitigen Situation: Mehrere Todesfälle oder ein sehr umfangreicher Infektionsfall, der beispielsweise die komplette Schließung einer Einrichtung und Verlegung von Patienten nach sich zieht (Aktionen, die ohnehin in der Öffentlichkeit stattfinden), sollte durch proaktive Kommunikation vorbereitet bzw. begleitet werden.

2. Auf Krise kann man sich vorbereiten

- a. Krisenpläne
- b. Kommunikation durchspielen
- c. Sprecher trainieren

3. In der Krisenkommunikation:

- a) Es redet nach außen nur einer
- b) Sachverhalt muss genau recherchiert werden (W-Fragen beachten: Was ist passiert? Wie ist es passiert? Wann ist es passiert? Wo ist es passiert? Wer waren die beteiligten Personen? Welche Ursachen, welche Wirkungen?)

- c) Die Mitarbeiter müssen intern mit Informationen versorgt werden, damit alle ein klares Bild von der Situation haben und sich gut „mitgenommen“ fühlen. Gleichzeitig ist das die Möglichkeit, sie auf eine Sprachregelung hinzuweisen, dass Auskünfte gegenüber Dritten (z. B. Medien) nur durch eine bestimmte Stelle gegeben werden. (*Beispiel: „Ich bin nicht der Sprecher der Einrichtung, des Unternehmens. Bitte geben Sie mir Ihren Namen, nennen Sie mir Ihre Redaktion und Ihre Kontaktdaten. Ich werde dafür sorgen, dass sich jemand bei Ihnen meldet.“*)
- d) Wie wird das Problem gelöst/wie ist es gelöst?
- e) In welches Umfeld trifft die Krise gerade? Was könnte sie verstärken, was abschwächen?
- f) Welche Reaktionen sind denkbar/welche gibt es bereits am Ort oder andernorts?
- g) Voraus denken: Was können die anderen wissen wollen?
- h) Reagieren Sie mit Empathie, insbesondere auch in der Kommunikation nach außen
- i) Ehrlich sein, nichts vertuschen.
- j) Konstruktiv und dialogbereit sein.
- k) Den Sachverhalt versachlichen, konkretisieren, einordnen, aber nicht abwiegeln oder „kleinreden“.
- l) In der jetzigen Situation: Kommunikationsabstimmung mit Behörden suchen, gemeinsam vorgehen; sicherstellen, dass Kongruenz mit Anderen im Sagen und Handeln herrscht.
- m) Beachten Sie, ob andere Anspruchsgruppen vorab oder zumindest zeitgleich separat informiert werden müssen: Angehörige, Heimbeirat, Politik, Aufsichtsgremien, Aufsichtsbehörden etc.

Praktische Medienarbeit in der Krise:

Pressemitteilung - Formalien:

- Möglichst knapp und präzise sein: 1 DinA4-Seite, 12 Pt, Arial
- Ansprechpartner mit Telefonnummer, Mail etc. nicht vergessen
- Durchaus einen Zusatz am Ende vorsehen mit Zahlen, Daten, Fakten zum Haus/Einrichtung
- Schreibstil: **sachlich, verständlich, klar, keine Fachbegriffe, kurze Sätze**

Pressemitteilung: Inhalt

- Alle W-Fragen müssen beantwortet sein (Wer, was, wann, wo, wie, warum)
- Das Wichtigste steht am Anfang
- Die weiteren Informationen reihen sich daran auf – mit abnehmender Relevanz nach hinten
- Der Text dient der Information, Versachlichung, Konkretisierung und Einordnung des Themas
- Er wirkt nicht belehrend, sondern offen und empathisch
- Handeln und Verkünden müssen auch hier im Einklang stehen
- Der Text muss logisch und in sich widerspruchsfrei sein
- Lassen Sie sich nicht zu Spekulationen oder Schuldzuweisungen hinreißen, bleiben Sie faktenorientiert und berichten Sie nur das, was Sie wirklich wissen.

Beispiel (Fiktional):

Als größte Alten- und Pflegeeinrichtung in der Region stehen der Schutz unserer Patienten und Mitarbeitenden für uns an erster Stelle. Deshalb sind wir allen Empfehlungen für Schutzmaßnahmen in der derzeitigen Corona-Krise gefolgt.

Dennoch ist uns am XX.XX. bekannt geworden, dass es eine Infektion in unserem Haus gegeben hat. Konkret sind XX Bewohner und XX Mitarbeitende erkrankt. Wir haben sofort die zuständigen Behörden informiert, die eine Schließung der betroffenen Station angeordnet haben. Die Erkrankten sind isoliert worden, um eine weitere Verbreitung des Virus‘ möglichst zu verhindern. XX Bewohner mussten ins Krankenhaus verlegt werden.

Wir sind in ständigem Kontakt mit den Behörden und stimmen alle weiteren Schritte eng mit ihnen ab...

Pressekonferenz:

- Einzuladende ermitteln (Presseverteiler, weitere Adressaten?)
- Vortragende ermitteln (Sprecher, GF, Heimleitung o. ä.)
- Statement vorbereiten, das Grundlage der PK sowie der dazu verteilten Pressemitteilung ist.
- Sprecher briefen (auf O-Töne vorbereiten, Message in kurze Worte packen)
- Einladung so rechtzeitig wie möglich aussprechen
- Einladung mgl. auf einen Vormittagstermin aussprechen (10-11 Uhr)
- Raum, Getränke, Arbeitsunterlagen bereitstellen bzw. in der derzeitigen Situation Videokonferenz oder Telefonkonferenz vorbereiten
- Sprecher auf alle möglichen Fragen vorbereiten (Liste von potenziellen Fragen und Antworten erarbeiten)
- Zeit und Raum für O-Töne einkalkulieren

Medienmonitoring:

Beobachten Sie die Reaktionen in den Medien, auch in den sozialen Medien, wenn möglich. Prüfen Sie, ob ihre Botschaften angekommen sind, bzw. wie sie aufgenommen wurden.

Bei Rückfragen:

Thorsten Engelhardt
Pressesprecher UNION Versicherungsdienst GmbH
Ecclesiastr. 1 - 4
32758 Detmold

Telefon: (05231) 603-6912
Mobil: (0151) 28800245
E-Mail: thorsten.engelhardt@union-paritaet.de