



Sicherheit im Kontakt mit Medien

Grundregeln der Kommunikation

Sicherheit im Kontakt mit Medien

Grundregeln der Kommunikation

1. Unterscheiden Sie nicht zwischen interner und externer Kommunikation.

Alle internen Aussagen, die in größerem Kreis getroffen werden, sind quasi öffentlich und dringen früher oder später nach draußen.

2. Erreichbarkeit der Verantwortlichen

Während der Krise ist es unabdingbar, dass der gesamte Krisenstab zeitnah erreichbar ist.

3. Halten Sie sich an die festgelegten Kernbotschaften.

Die Einheitlichkeit und Klarheit aller Statements der Kommune sorgt für Vertrauen. Widersprüchliches verwirrt.

4. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zuerst

Wenn die IT-Strukturen der Kommune angegriffen werden, müssen zuerst die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über den aktuellen Sachstand informiert werden. Es wirft ein schlechtes Licht auf die Leitung, wenn die Mitarbeitenden erst durch die Medien/Social Media oder anderen Quellen »von außen« von der Krise erfahren.

5. Kein »Kein Kommentar« bei Gerüchten und Spekulationen

Wenn Sie mit Gerüchten und Spekulationen konfrontiert werden, sollten Sie sich zunächst über den Wahrheitsgehalt informieren, bevor Sie öffentlich kommunizieren. Sie sollten genau abwägen, welche Informationen für die Öffentlichkeit bestimmt sind und diese ggf. mit zuständigen Stellen abstimmen. Hier gilt: Erst informieren, dann kommunizieren!

6. Gesprächspartnerinnen und -partner prüfen

Bitte achten Sie darauf, wem Sie Informationen anvertrauen und mit wem Sie diese teilen. Lassen Sie sich nicht auf Hintergrundgespräche oder »off-the-record-Statements« im kleinen Kreis ein. Der Konkurrenzdruck unter den Medien nimmt zu, alles wird geschrieben. Auch vertrauliche Aussagen, die ausdrücklich nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind, könnten dennoch veröffentlicht werden. Daher dringend den Einzelfall und mögliche Konsequenzen abwägen.

7. Klare, einfache Sprache

(Verwaltungs-) Fachleute neigen dazu, Dinge in ihrer eigenen Fachsprache auszudrücken. Gerade in der Krisenkommunikation ist es aber wichtig, Informationen möglichst einfach und klar weiterzugeben, in der Sprache von Journalistinnen und Journalisten bzw. ihrer Leserinnen und Leser. Wichtige Aussagen stehen am Anfang und am Schluss eines Statements. Keine wortreichen Rechtfertigungen, sondern wichtige Fakten nennen.

8. Online-Kommunikation

In der Krise zahlt sich Social-Media-Dialog aus. Die Reaktion muss auch außerhalb der Geschäftszeiten relativ rasch (innerhalb von 2 Stunden) erfolgen und für die verschiedenen Kanäle aufbereitet werden