

Fachtagung : Renée Hansen über die Krisenkommunikation nach aussen : "Für Medien sind Krisen der Normalfall"

Autor(en): **Hansen, Renée**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Curaviva : Fachzeitschrift**

Band (Jahr): **75 (2004)**

Heft 11

PDF erstellt am: **26.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-804504>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Fachtagung: Renée Hansen über die Krisenkommunikation nach aussen

«Für Medien sind Krisen der Normalfall»

Sexuelle Übergriffe im Heim. Veruntreuung von Geldern. Medikamentenmissbrauch. Totschlag. Und plötzlich rennen Journalisten die Türen ein, Verantwortliche sind überfordert, wollen oder können nicht informieren – und machen dabei alles noch schlimmer. «Krisen kann man nicht verhindern – aber managen», sagte Renée Hansen an der Fachtagung. Das bedingt jedoch das Verständnis, wie Medien funktionieren, und eine gute Vorbereitung.

Aber woran erkennt man eine Krise mit medialem Zündstoff? Einige Prüffragen können bei der ersten Einschätzung helfen:

- Hat das, was passiert ist, eine Wirkung über den lokalen Bereich hinaus?
- Gibt es eine Medienberichterstattung?
- Ist die Gesundheit von Menschen betroffen?
- Hat das Ereignis Auswirkungen auf die Umwelt?
- Sind Prominente involviert?
- Sind Behörden involviert?

«Wenn eine Frage mit Ja beantwortet wird, muss man damit rechnen, dass der Vorfall zur Krise werden kann», betonte Renée Hansen.

«Der grösste kommunikative Schaden einer Krise ist der Glaubwürdigkeitsverlust. Das setzt die Verantwortlichen enorm unter Druck. Plötzlich ist das Interesse aller geweckt, die mit der Institution zu tun haben, auch das der eigenen Mitarbeiter. Alle wollen Antworten haben. Stellen sich die Heimverantwortlichen den Fragenden, können

sie verhindern, zum Spielball der Medien zu werden.»

Schnelle Informationen und professioneller Umgang

«Wie funktionieren Medien? Mit Internet und globaler Vernetzung der Fernsehsender ist die Berichterstattung sehr schnell geworden. Medien produzieren Informationen, für Medien sind Krisen der Normalfall. Pressevertreter nur abzuwimmeln heisst, anderen Informanten das Feld zu überlassen. Medienleute arbeiten zudem unter einem hohen Zeitdruck. Erhalten Journalisten nicht schnell genug Informationen, recherchieren sie an anderer Stelle oder beginnen zu spekulieren. Medien berichten, ob sie eine Antwort vom Gefragten erhalten haben oder nicht. Die Regionalmedien spielen eine wichtige Rolle in der Krisenkommunikation. Wenn sie schnell und umfangreich über ein Ereignis berichten, ist dies für die überregionale Boulevardzeitung meist nicht mehr interessant. Boulevardzeitungen leben von der Sensation, die für alle Leser neu ist. Regionalmedien sind zudem auch nach der Krise noch vor Ort. Ein gutes und professionelles Verhältnis zu ihnen ist wichtig. Professioneller Umgang bedeutet, Journalisten ernst zu nehmen und ihnen weder böse Absichten noch schlechte Arbeit zu unterstellen. Auch wird es nicht funktionieren, einem Journalisten nahe zu legen, etwas Bestimmtes zu berichten. Journalisten sind ihren Lesern und nicht ihren Interviewpart-

nern verpflichtet. Ein professioneller Umgang mit den Medien entscheidet, ob die eigene Botschaft in den Medien gehört wird oder nicht.»

Vorbereitung hilft beim Bewältigen

«Was kann man tun, um sich auf eine potenzielle Krise vorzubereiten? Am wichtigsten ist die Zeit für eine Schwachstellenanalyse. Wer sich frühzeitig damit auseinandersetzt, hat schon den ersten wichtigen Schritt getan. Was kann passieren? Sind wir vorbereitet? Wissen wir, was wir dann tun müssen? Solche Fragen sollte man sich in krisenlosen Zeiten regelmässig stellen. Im Sinne der Prävention sollten Medienauftritte geübt werden. Mögliche Fragen eines Journalisten sollten beantwortet werden können. Zudem kann bestimmt werden, wer in welchen Situationen Auskünfte geben kann. In einem Krisenhandbuch muss festgehalten sein, wer wann wo Auskunft gibt. Und wenn schliesslich eine Krise eintreten sollte, muss ein Krisenstab gebildet werden. Krisen sind nichts für Einzelkämpfer.»

«Krisen sind Ausnahmesituationen. Man kann sie nicht vorwegnehmen. Aber Vorbereitung und Übung helfen, schneller wieder handlungsfähig zu werden», sagte Renée Hansen und gab nach all den Krisenszenarien noch aufmunternde Worte mit auf den Weg: «Die meisten Krisen haben zum Glück auch ein Ende.» ■