

# 10 Tipps für den perfekten Umgang mit Medien

Hans-Rudolf Galliker

Sonderdruck aus: Kompetent in Behörde und Verwaltung

Herausgeber: Verein Zürcher Gemeindeschreiber und Verwaltungsfachleute

# Zehn Tipps für den perfekten Umgang mit Medien

Hansruedi Galliker, Geschäftsführer Galliker Kommunikation GmbH

*«Das ist wieder ein Mist, der in der Zeitung über unsere Gemeinde steht.» Wer hat diesen Satz nicht schon gehört oder selber geäussert! Wir können nicht immer verhindern, dass Dinge über unsere Gemeinde geschrieben werden, die uns nicht gefallen. Aber wir können durch einen professionellen Umgang mit Medien bessere Rahmenbedingungen für eine sachgerechte Berichterstattung schaffen.*

Wir leben in einer digitalisierten Welt. Informationen werden in Sekundenschnelle rund um den Erdball verbreitet. Das gilt für diejenigen Ereignisse, die uns Freude bereiten, genauso wie für diejenigen, die uns nicht gefallen. Neben die traditionellen Medien wie Zeitungen (Print und Online), Radio und Fernsehen sind die neuen sozialen Medien (Facebook, Twitter usw.) getreten. Die guten alten Zeiten, in denen es reichte, mit dem bewährten Lokaljournalisten ein freundschaftliches Verhältnis zu pflegen, um die Berichterstattung in die gewünschte Richtung zu steuern, sind längst vorbei. Umso wichtiger ist es, dass auch kleine und mittelgrosse Gemeinden der Kommunikation und dem Umgang mit den Medien eine hohe Priorität einräumen. Die Informationspolitik darf nicht dem Zufall oder der Tagesaktualität überlassen werden. Zehn Tipps sollen den perfekten Umgang mit den Medien erleichtern.

## **Tipp 1: Seien Sie sich bewusst: Journalisten machen ihren Job**

Wer mit Journalisten spricht oder schriftlich in Kontakt steht, muss sich immer vor Augen halten:

- Journalisten sind keine Feinde.
- Journalisten sind keine Freunde.
- Journalisten möchten nur ihren Job machen.

Journalisten sind im Auftrag einer Zeitung, eines Radios oder einer Fernsehstation tätig. Ihre Pflicht ist es, einen attraktiven und der Wahrheit verpflichteten Artikel oder Beitrag für das Publikum zu verfassen. Sie sind ihrem Medium verpflichtet – nicht der Gemeinde, über die sie berichten.

Der Schweizer Presserat hält in der «Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalisten» fest: «Die Journalisten (...) halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.» Die Gemeinde in ein gutes Licht zu stellen, ist nicht die Pflicht der Journalisten. Es ist die Aufgabe von Kommunikations- und Public-Relations-Beratern. Kontakte mit Journalisten sind deshalb geschäftliche Meetings. Es geht um ein Geschäft. Mit Ihren Informationen ermöglichen Sie dem Journalisten, seinen Job zu erledigen.

## **Tipp 2: Kommunikation ist Chefsache**

Kommunikation ist immer Chefsache. Als Gemeindeschreiber sind Sie Chef der Verwaltung. Der Gemeindepräsident steht der politischen Behörde vor. Auf diese zwei Personen konzentriert sich die Kommunikations- und Informationshoheit. Eine Ausnahme bildet in der Regel die Schule. Hier übernehmen die Schulleitungen bzw. das Schulpräsidium die entsprechenden Aufgaben.

Hat ein Mitarbeiter einen Fehler gemacht, der einen Medienbeitrag zur Folge hat? Lassen Sie nicht den Mitarbeiter den Fehler öffentlich ausbaden (intern geht das jedoch sehr wohl). Stellen

Sie sich vor den Mitarbeiter. Erklären Sie den Medien, wie es zum Fehler kommen konnte und welche Schlussfolgerungen Sie daraus ziehen. Es ist unangenehm, bei Fehlern auf Interviewfragen zu antworten. Aber das ist in Ihrem Lohn inbegriffen.

Muss ein besonders schwerwiegender Vorfall kommuniziert werden, ist dies Sache des Präsidiums. Hat sich ein Mitarbeiter in der Gemeindekasse bedient? Ist es aus Fahrlässigkeit zu einem schlimmen Unfall gekommen? In solchen und weiteren Fällen muss das Präsidium ran. Krisenkommunikation ist Aufgabe der politischen Führung. Als Verwaltungschef können und müssen Sie das Präsidium unterstützen, es «briefen» und dokumentieren. Aber Ansprechperson für die Medien sind in solchen Fällen stets die politisch Verantwortlichen. Diese Aufgabe ist nicht delegierbar.

Natürlich können einzelne Informationsaufgaben auch delegiert werden. Wenn es um eine Fachauskunft geht, die spezifisches Wissen voraussetzt, ist man gut beraten, der Fachperson das Wort zu erteilen. Auch wenn es etwas zu feiern gibt, dürfen die Mitarbeitenden ihrer Freude öffentlich Ausdruck verleihen. Sprechen Sie sich in solchen Fällen aber mit Ihren Mitarbeitenden präzise ab – und kontrollieren Sie, was gedruckt werden soll. Geben Sie die Kommunikationsfäden nie aus der Hand.

### **Tipp 3: Ein Konzept macht es leichter**

Je besser Sie auf unerwartete Medienanfragen vorbereitet sind, desto leichter fällt Ihnen der souveräne Umgang damit. Halten Sie deshalb Ihre Grundsätze zur Öffentlichkeitsarbeit in einem Medienkonzept fest. Dieses sollte umfassen:

- die Informations- und Kommunikationsgrundsätze Ihrer Gemeinde: Nach welchen Prinzipien gestaltet Ihre Gemeinde die Kommunikations- und Informationspolitik?
- die Zuständigkeiten: Wer ist in welchem Fall für die Kommunikation und Information von Ereignissen zuständig? Regeln Sie hier insbesondere, in welchen Fällen die politischen Behörden und in welchen Fällen die Verwaltung orientiert.
- die Medien und Informationsmittel: Welche Medien sind Bestandteil Ihres Verteilers? Welches Medium steht wann im Zentrum Ihres Interesses? Arbeiten Sie mit Social Media (Facebook/Twitter usw.)? Wenn ja, wann und zu welchem Zweck?

Achtung: Das Medienkonzept hilft Ihnen im kommunikativen Alltag beim Umgang mit Medien. Es ersetzt kein Krisenkonzept, das immer auch die Krisenkommunikation berücksichtigen muss.

### **Tipp 4: Informieren Sie aktiv**

Informieren Sie aktiv über wichtige Projekte und Vorhaben. Gehen Sie auch direkt an die Presse, wenn etwas Unangenehmes vorgefallen ist. So behalten Sie die Informations- und Kommunikationshoheit in Ihren Händen. Es schafft Vertrauen, wenn die Medienschaffenden nicht jeder Information nachrennen müssen, sondern professionell bedient werden.

Messen Sie deshalb auch einer Medienmitteilung höchste Aufmerksamkeit bei. Lassen Sie jede Medieninformation gegenlesen – entweder durch ein Mitglied der politischen Behörde oder durch einen Mitarbeitenden Ihres Vertrauens. Ist die Botschaft verständlich formuliert? Stimmt die Grammatik? Ist der Titel gut gesetzt?

Am besten ist es, wenn die Medien Ihre Mitteilung eins zu eins übernehmen können. Oft fehlt den Redaktionen die Zeit, vertiefte eigene Recherchen anzustellen. Dann hilft es, wenn eine Medienmitteilung adressatengerecht aufbereitet ist: Titel, Lead, Fliesstext. Bereichern Sie die Mitteilung nach Möglichkeit mit einem Bild und vergessen Sie nie, den Kontakt für Rückfragen mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse anzugeben.

### **Tipp 5: Nehmen Sie sich Zeit**

Bereiten Sie sich auf jedes Gespräch mit Journalisten akkurat vor. Trainieren Sie vor wichtigen Terminen mit einem Coach oder einem Mitarbeitenden Ihres Vertrauens. Lassen Sie diese Personen die Rolle des Journalisten übernehmen und Ihnen jedwelche Fragen stellen. Auch wenn die Frage dann nicht gestellt wird: Das Training erhöht Ihre Sicherheit und lässt Sie schon mal in eine vergleichbare Situation eintauchen.

Wenn Sie unerwartet einen Anruf erhalten, müssen Sie nicht sofort antworten. Verlangen Sie vorgängig die Fragen, sodass Sie sich auf das Gespräch vorbereiten können. Klären Sie im Vorgespräch die Hintergründe für das Medieninteresse. Ziehen Sie sich zudem bei telefonischen Anfragen an einen Ort zurück, wo Sie nicht gestört werden. Es ist wichtig, dass Ihre ganze Aufmerksamkeit dem Mediengespräch gilt.

Nehmen Sie sich die nötige Zeit auch dann, wenn Journalisten Druck aufsetzen und mit dem Redaktionsschluss oder dem Sendetermin argumentieren. Die Journalisten wollen etwas von Ihnen – also können Sie auf faire Rahmenbedingungen pochen. Fairness funktioniert aber nur gegenseitig: Vereinbaren Sie mit den Journalisten einen verbindlichen Zeitpunkt, an dem Sie für ein Interview zur Verfügung stehen. Setzen Sie den Zeitpunkt so, dass der Journalist genügend Zeit hat, den Artikel zu verfassen bzw. den Radio- oder Fernsehbeitrag zu erstellen. Fairness hilft beiden Seiten.

### **Tipp 6: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser**

Sie haben das Recht, Ihre Zitate zu autorisieren. Der Journalist ist verpflichtet, sie Ihnen vorzulegen. Machen Sie von diesem Recht Gebrauch. Es ist wichtig, dass Sie so zitiert werden, wie Sie es möchten. Allerdings hat dieses Recht Grenzen. Es geht nicht, dass Sie einmal gemachte Aussagen bei der Autorisierung ins Gegenteil verkehren. Was Sie gesagt haben, ist gesagt. Deshalb ist es umso wichtiger, dass Sie Tipp 5 beherzigen und zum Voraus überlegen, was Sie sagen möchten.

Es empfiehlt sich, den Journalisten zu bitten, Ihnen den ganzen Artikel vorzulegen bzw. bei Radio und Fernsehen vorzuspielen. Viele Journalisten werden dieser Bitte Folge leisten, denn sie möchten sicherstellen, dass korrekt ist, was sie berichten. Beschränken Sie sich bei Ihren Inputs und Vorschlägen aber streng auf die Korrektur und Präzision von Fakten. Verstehen Sie sich als Helfer, der zu einem guten Artikel beiträgt, nicht als Zensor. Das schafft Vertrauen.

Achtung: Ein Recht auf Einsichtnahme in den ganzen Beitrag besteht nicht. Das hängt vom Goodwill des Journalisten ab. Es lohnt sich deshalb, in ruhigen Zeiten ein vertrauensvolles Verhältnis zu den Medien zu entwickeln (siehe Tipp 10).

## **Tipp 7: «Off the record» gibt es nicht**

Überlegen Sie sich gut, was Sie Journalisten sagen. Beherzigen Sie dabei den Grundsatz, dass es «off the record» nicht gibt.

Unter «off the record» versteht man Äusserungen gegenüber Journalisten, die nicht zur Publikation bestimmt sind. Immer wieder machen Verwaltungschefs und Gemeindepolitiker den Fehler, dass sie Journalisten sogenannten vertrauliche Informationen preisgeben und diese mit dem Zusatz versehen: «Aber das ist nicht für die Veröffentlichung bestimmt.» Es gehört nachgerade zu den Kernaufgaben der Journalisten, solche Informationen in geeigneter Form zu publizieren. In der bereits erwähnten Erklärung der Pflichten der Journalisten des Schweizerischen Presserates heisst es: «Sie (die Journalisten) unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen.» Es gehört zu den Pflichten der Journalistenzunft, mit allen Informationen zu arbeiten, die ihnen zur Verfügung stehen.

Dasselbe gilt auch für Äusserungen, die Sie am Wirtshaustisch, im Bus oder im Zug machen. Seien Sie sich immer bewusst, dass zufällig ein Journalistenohr mithören könnte. Auch Einwohner, die etwas Vertrauliches mitbekommen, sind beliebte Quellen für Journalisten. Reden Sie in der Öffentlichkeit deshalb nie über vertrauliche Dinge.

## **Tipp 8: Vermeiden Sie die Salamtaktik**

Salami ist eine feine Wurst. Aber sie eignet sich nicht als Vorbild für die Informations- und Medienpolitik einer Gemeinde. Informieren Sie bei Vorfällen umfassend und transparent. Halten Sie keine Informationen zurück, die zu einem späteren Zeitpunkt ans Licht kommen können. Wenn es gilt, einen schlechten Rechnungsabschluss zu kommunizieren, muss mit der ersten Medieninformation der Gesamtumfang der Misere mitgeteilt werden. Das laufende Nachbessern einer Botschaft schafft Misstrauen – bei den Medien und in der Bevölkerung.

Aber die Medien geht nicht alles etwas an. Jede Transparenz hat ihre Grenzen. Beachten Sie in jedem Fall den Persönlichkeitsschutz Ihrer Mitarbeitenden und weiterer betroffenen Personen. Auch Informationen, die dem Amtsgeheimnis unterliegen, gehören nie in die Medien. Es ist zulässig, einem Journalisten zu sagen: «Diese Frage kann und darf ich Ihnen nicht beantworten. Das unterliegt dem Amtsgeheimnis.» Halten Sie solche Informationen selbst dann zurück, wenn der Journalist angibt, aus anderen Quellen entsprechende Kenntnisse erhalten zu haben. Teilen Sie ihm mit, dass er entscheiden muss, mit welchen Informationen er arbeiten will. Sie halten sich an Ihre Vorgaben. Sprechen Sie sich in solchen Fällen frühzeitig mit dem politischen Vorgesetzten über das zu wählende Vorgehen ab.

Manchmal gleicht es einer Gratwanderung, was gesagt werden soll und was nicht. Erinnern Sie sich deshalb stets an Tipp 5 – und nehmen Sie sich die für die Klärung der Informationstiefe nötige Zeit.

## **Tipp 9: Zwischen interner und externer Information gibt es keinen Unterschied**

Machen Sie bezüglich der Informationstauglichkeit keinen Unterschied zwischen interner und externer Kommunikation. Was Sie Ihren Mitarbeitenden sagen, kann in die Medien gelangen. Sie haben darüber nur eine sehr beschränkte Kontrolle.

Tritt ein Gemeinderat aus persönlichen Gründen vorzeitig zurück? Informieren Sie die Mitarbeitenden erst zu demjenigen Zeitpunkt, an dem Sie auch die Medien orientieren. Verwenden Sie intern und extern vergleichbare Worte. Sagen Sie intern nicht mehr, als sie extern sagen. Es geht weder die Mitarbeitenden noch die Medien etwas an, ob sich das abtretende Exekutivmitglied in Scheidung befindet und deshalb aus der Gemeinde wegzieht. Darüber möchte das Exekutivmitglied gegebenenfalls selber informieren.

Informieren Sie zudem in kurzen und klaren Sätzen. Die Journalisten wollen weder lange Floskeln noch verklausulierte Botschaften hören. Wenn Sie etwas zu sagen haben – sagen Sie es ohne langes Herumschwadronieren. Mit kurzen und klaren Sätzen vermindern Sie den Interpretationsspielraum des Journalisten, und Sie verhindern, dass Sie ungewollt Zusatzinformationen liefern. Ein Gespräch mit einem Journalisten ist ein Geschäftsmeeting. Für Small Talk gibt es andere Gelegenheiten.

## **Tipp 10: Bauen Sie Vertrauen auf**

Der wichtigste Tipp kommt am Schluss: Bauen Sie zu Ihren Lokaljournalisten ein vertrauensvolles Verhältnis auf. Geben Sie bereitwillig Auskunft. Behandeln Sie den Journalisten mit Respekt und Wohlwollen. Spielen Sie fair, damit die Journalisten ihre Arbeit machen können. Unter Umständen ist es zielführend, einen neuen Lokalredaktor zu einem Erstgespräch einzuladen, an dem auch der Gemeindepräsident teilnimmt. Stellen Sie ihm die Gemeinde, die Legislaturziele und die grösseren Projekte vor. Ein persönlicher Kontakt erleichtert die Zusammenarbeit. Ein Journalist, der Sie persönlich kennt, haut Sie weniger schnell in die Pfanne. Vergessen Sie aber Tipp 1 nie: Ein Journalist ist nicht Ihr Feind. Ein Journalist ist nicht Ihr Freund. Ein Journalist möchte seinen Job machen. Wenn Sie das dem Journalisten erleichtern, entwickelt sich ein vertrauensvolles Zusammenarbeitsverhältnis.