

Unterstützende Krisenkommunikation des Landesverbandes für ein Mitglied in der Corona-Krise

In der Krise und durch die Krise lernen. Dies erleben wir gerade in diesen besonderen Zeiten. Oft schon haben wir als Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Landesverbandes eine unterstützende Krisenkommunikation für Mitglieder und deren Einrichtungen geleistet, aber wieder einmal ist vieles neu, weil wir uns vieles nicht vorstellen konnten.

Die Ereignisse in der zweiten Märzhälfte zeigen, dass zuvor beschriebene Worst-Case-Szenarien schnell zur Realität geworden sind. Es gibt in unseren Einrichtungen Verdachtsfälle, es gibt Infizierte und es gibt inzwischen eine steigende Anzahl von Menschen, die in unseren Einrichtungen an dem Coronavirus versterben. Die Medien berichten darüber auf allen Kommunikationskanälen.

Neben den inzwischen gut etablierten Krisenplänen braucht es an dieser Stelle auch eine **geplante Krisenkommunikation**. In den kommenden Wochen bleibt es wichtig über den Umgang mit der aktuellen Situation zu berichten und dafür die vorhandenen Kommunikationswege (Internetseite, Social-Media-Kanäle, Presseverteiler) zu nutzen. Das schafft Vertrauen und zeigt unsere Verlässlichkeit als sozialer Dienstleister.

Wir sind als Landesverband für Sie da, in einer akuten Krise mit Hilfestellungen für Pressemeldungen, bei Medienanfragen, und: auch am Wochenende!

Ansprechperson 1 im Landesverband: Sven Quittkat
Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
sven.quittkat@diakonie-nds.de
0511-3604-402
0162-2452306

Ansprechperson 2 im Landesverband: Konstanze Schneider
Online- und Krisenkommunikation
konstanze.schneider@diakonie-nds.de
0511-3604-302
0172-6878554

1. Bereiten Sie sich vor:

Die Coronakrise hat sich angebahnt und es ist sichtbar geworden, dass im Ernstfall eine schnelle Reaktion notwendig ist. Bereiten Sie sich mit Ihrem Krisenstab darauf vor!

- 1.1. Überprüfen Sie Ihre Liste mit allen wichtigen Ansprechpersonen Ihrer Einrichtung. In der konkreten Krise sollte eine Erreichbarkeit rund um die Uhr gewährleistet sein.
Achtung: Medienvertreter kennen kein Wochenende.
- 1.2. Bestimmen Sie die Person sowie eine Vertretung, die im Krisenfall Medienanfragen beantworten und gegebenenfalls auch vor die Kamera oder das Mikrofon tritt.
- 1.3. Bestimmen Sie die Personen sowie eine Vertretung, die im Krisenfall Informationen auf Ihre Internetseiten stellen und die Social-Media-Kanäle beobachten kann. Soziale Netzwerke können Informationen innerhalb weniger Minuten in Ihrem Umfeld bekannt machen.
- 1.4. Beziehen Sie in die Planung der Krisenkommunikation ggf. auch die kirchlichen Vertreter vor Ort ein. Zum Beispiel die Superintendentur oder Propsteien sowie die Regionalbischöfin oder den Regionalbischof.

2. Kommunizieren Sie im Krisenfall zusammen mit Ihrem Landesverband

- 2.1. Wir sind als Landesverband uneingeschränkt für Sie da. Unsere Handys sind an. Sie können uns jederzeit anrufen. Wir sind für Sie da, stimmen uns mit Ihnen ab und geben Ihrer Einrichtung ein psychisches und kommunikatives Sicherheitsnetz.
- 2.2. Wir unterstützen Sie im Krisenfall aktiv und übernehmen – wenn dies gewünscht ist – konkrete Aufgaben:
 - Wir sprechen mit Ihnen das Wording für Medienanfragen ab und erstellen einen Sprechzettel.
 - Wir bereiten Pressemitteilungen vor und stimmen diese mit Ihnen ab. Wir können die Beantwortung von Presseanfragen übernehmen, insbesondere der überregionalen Medien. Flankierend unterstützen wir die Berichterstattung durch Diakonie-Zitate unseres Landesverbandes.
 - Wir machen mit Ihnen Sprechtraining für Kamera-Auftritte oder Telefoninterviews. In der aktuellen Situation geschieht dieses Training telefonisch. Drei bis fünf Sätze als Kernbotschaft werden abgesprochen und trainiert. Wir zeigen, dass wir das Problem kennen, darauf professionell vorbereitet sind und uns um die Betroffenen sowie deren Angehörigen kümmern.
 - Wir sprechen uns mit unseren Landeskirchen sowie der Diakonie Deutschland ab. Wir beobachten zusammen mit Ihnen die Social-Media-Kanäle und mit Google Alert die aktuelle Berichterstattung.

3. Kommunizieren Sie aktiv

Mediananfragen ablehnen und nur auf Nachfrage reagieren, sind keine gute Optionen. Besser ist aktiv zu sein. Dabei ist zu beachten:

- Sachlich die Fakten nennen. Seien Sie ehrlich und kommunizieren Sie in klarer verständlicher Sprache.
- Kommunizieren Sie nach innen und außen die gleichen Botschaften. Informieren Sie wenn möglich die Mitarbeitenden vor der Presse.
- Bedenken Sie den Zeitdruck der Medien. Dort gibt es feste Sendezeiten. Bleiben Sie stets sachlich und freundlich. Arbeiten Sie zusammen mit den Journalisten professionell und produktiv.

Noch zwei praktische Tipps im konkreten Krisenfall:

- I. *Man kann nicht nicht kommunizieren* (Paul Watzlawick). Kleidung und Örtlichkeiten können indirekt kommunizieren. Daher empfehlen wir, sich darüber vorab Gedanken zu machen. Bei einem Fernsehinterview sollte der Hintergrund neutral sein. Achten Sie auf Ihr Outfit - eher gedeckte Farben und kein auffälliger Schmuck.
- II. Geben Sie täglich zu einer festen Uhrzeit (zum Beispiel 14 Uhr) einen Lagebericht als PDF heraus. Dies beantwortet im Vorfeld die allermeisten Presseanfragen zur aktuellen Situation.