



Wegducken gilt nicht! Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Vortrag am 03.02. 2012

Tagung „Freund oder Feind? – Strategien im Umgang mit Medien in Krisensituationen“

Dachverband österreichischer Jugendwohlfahrtseinrichtungen

AMYNA



Aufgaben und Angebote

„Institut zur Prävention von sexuellem Missbrauch“ in München

Kein Kind kann sich alleine vor sexuellem Missbrauch schützen. Arbeit daher ausschließlich mit Erwachsenen, die für Kinder und Jugendliche Verantwortung tragen.

- Elternabende
- Fort- und Weiterbildung für pädagogische Fachkräfte und Ehrenamtliche
- Beratung zu Möglichkeiten des Schutzes für Einzelpersonen und Teams
- Beratung von Vereinen, Verbänden und Institutionen zur Entwicklung spezifischer Schutzkonzepte
- Recherchemöglichkeit in der „Infothek“
- Eigene Projekte, wie z.B. „GrenzwertICH – Sexuelle Übergriffe unter Kindern und Jugendlichen verhindern“ (2010-2013) und „Präsenz zeigen – Sexualerziehung und Prävention in der (teil-)stationären Jugendhilfe (2011-2012)
- Publikation fachspezifischer Artikel und Bücher
- Öffentlichkeitsarbeit zum Thema
- Weitervermittlung im Verdachtsfall
- Aktionen und Projekte mit PartnerInnen, wie z.B. „Aktion Sichere Wiesen für Mädchen und Frauen“ oder „Spaß in M//Bädern“



Christine Rudolf-Jilg

Meine spezifischen Aufgaben in Bezug auf das heutige Thema:

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit AMYNA
- Pressesprecherin der Aktionen „Sichere Wiesn für Mädchen und Frauen“ (zwei Kooperationspartner) sowie „Spaß in M//Bädern“ (10 Kooperationspartner)
- Projektsteuerung des Projekts „Präsenz zeigen! Sexualerziehung und Prävention in (teil-)stationären Einrichtungen“
- Arbeit mit Einrichtungsleitungen der KJH und Behindertenhilfe zu Kindeswohlgefährdung und struktureller Prävention
- Begleitung von Trägern bei der Entwicklung spezifischer Schutzkonzepte für ihre Einrichtungen (u.a. auch Verhalten im Verdachtsfall)

Warum heute dieses Thema?

- Niederösterreich, 2007 „Der Fall Luca“ – Vorwurf „Vernachlässigung der Fürsorgepflicht“
- Wien 2011, „Missbrauchsskandal in Kinderheim“ – Vergewaltigung von mehreren Mädchen im Wilhelminen-Heim (in den 70er Jahren)
- St. Peter am Hart 2011, „Missbrauchsvorwürfe erschüttern Österreich“ – 40 Jahre langer Missbrauch zwei behinderter Töchter durch den Vater
- Klasnik-Kommission 2011, 1054 Betroffene, 537 Fälle abgearbeitet – jahrzehntelanger Missbrauch von Mädchen und Jungen innerhalb der katholischen Kirche

Inhalt

- Was ist eine Krise?
- Basics zur Öffentlichkeitsarbeit
- Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten
 - Situationsanalyse
 - richtiges Verhalten in Krisenzeiten
 - Aus Krisen lernen
- Vorbereitung auf Krisen



Wegducken gilt nicht! Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Was ist eine Krise?

Was ist eine Krise?

- Nicht jedes Problem ist eine Krise 😊
- Die Krise (aus dem Griechischen: die Meinung, Beurteilung, Entscheidung, auch Zuspitzung), bezeichnet „eine problematische, mit einem Wendepunkt verknüpfte Entscheidungssituation“ (*Wikipedia*).
- schwierige Situation; Zeit, die den Höhe- und Wendepunkt einer gefährlichen Entwicklung darstellt (*Duden*)
- Merkmale:
 - Situation spitzt sich so zu, dass sie schwer beherrschbar wird,
 - zieht den Argwohn der Massenmedien und/oder der Aufsichtsbehörden auf sich,
 - beeinträchtigt nachhaltig das reguläre Arbeitsleben

Was ist eine Krise?

- unerwartet, unkontrollierbar und gefährlich
- existenzbedrohend
- zeitraubend
- Es stehen keine funktionierenden Problemlösungsstrategien zur Verfügung

Folgen:

- Nervosität, Hektik, Stress
- Irritationen und interne Streitigkeiten
- Negativmeldungen
- Worst case: Schließung der Einrichtung

Was ist eine Krise?

„Krisen-Themen“ sind grundsätzlich (und zu recht!):

- Menschenrechtsverletzungen, insbesondere Misshandlung und Missbrauch von Kindern und Jugendlichen
- Ausbeutung
- Vernachlässigung von Sicherheitsstandards
- Zweckentfremdung von öffentlichen Geldern

Was ist eine Krise?

Akteure in der Krise

- Unmittelbar betroffene KlientInnen
- Unmittelbar betroffene MitarbeiterInnen
- Mittelbar betroffene KlientInnen
- Mittelbar betroffene MitarbeiterInnen
- **Träger**
- Aufsichtsbehörde / Geldgeber
- Netzwerk-Partner
- „Konkurrenz“
- Meinungsmacher
- Politik
- Gesellschaft
- Medien

Was ist eine Krise?

Meinungsbildung in der Krise

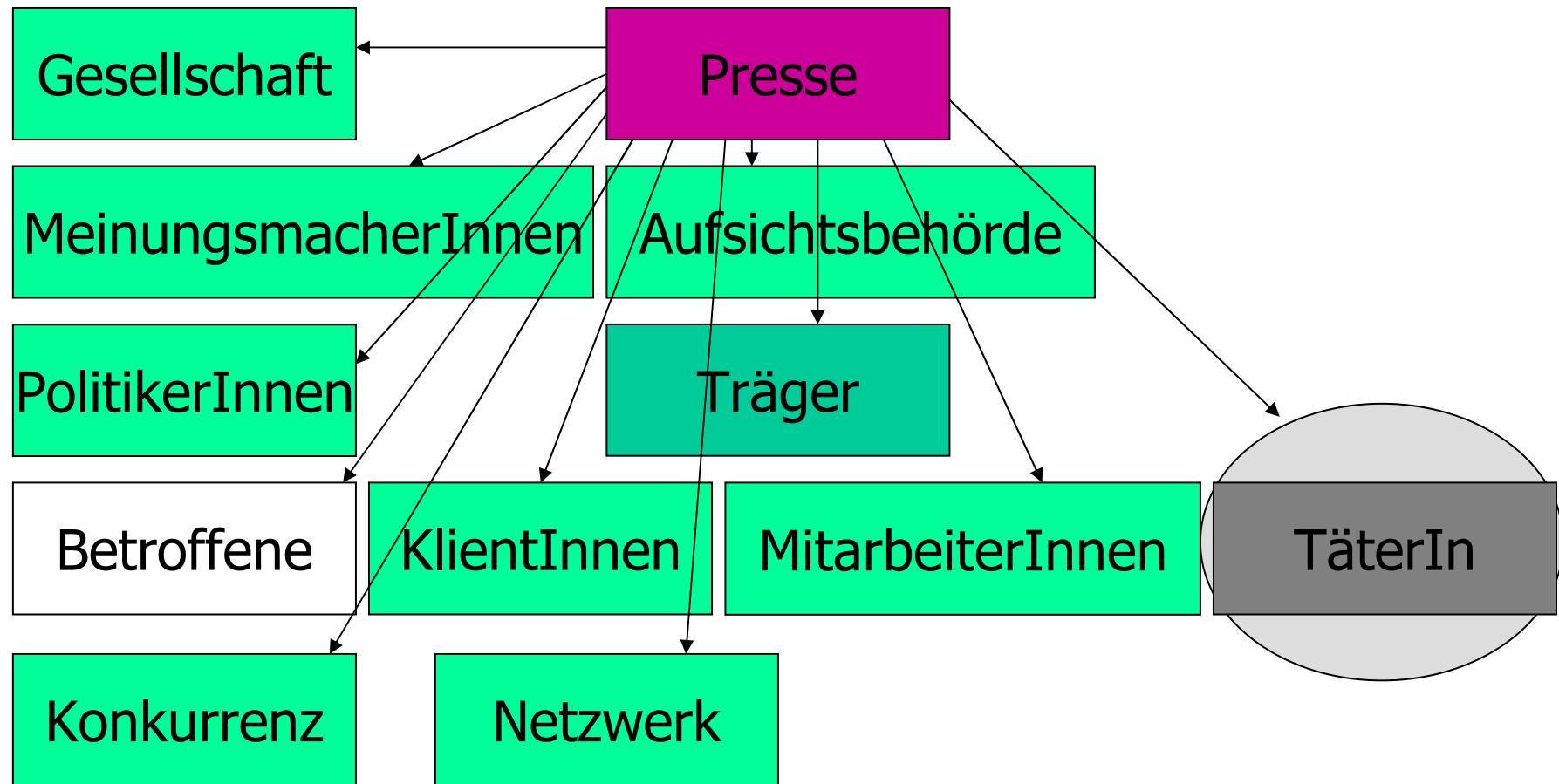
- Unmittelbar betroffene KlientInnen – **BÖSE!**
- Unmittelbar betroffene MitarbeiterInnen – ich sage nichts ohne Anwalt
- Mittelbar betroffene KlientInnen – **Ich hab da was gehört! BÖSE/GUT?**
- Mittelbar betroffene MitarbeiterInnen – **das kann (doch nicht) sein!**
- **Träger** - wer? was? Wie oft? Wer noch? Was tun?
- Aufsichtsbehörde – **ich gebe kein Geld für schlechte Arbeit!**
- Netzwerk-Partner – **das kann (doch nicht) sein!**
- „Konkurrenz“ – **wir sind besser!**
- Meinungsmacher – **ich hab eine Meinung und die sage ich deutlich!**
- Politik – wenn die fallen, will ich nicht mitgerissen werden!
- Gesellschaft – wir wollen uns eine Meinung bilden!
- Medien – Wir möchten informieren (wir BILDen eine Meinung).



Wegducken gilt nicht! Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Basics Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit



Öffentlichkeitsarbeit

Zusammenarbeit mit der Presse

- Mittlerweile häufig Vermischung von Nachricht und Meinung
- Einzelbeispiele für die Lebendigkeit wichtig
- O-Töne von Betroffenen und Verantwortlichen
- Bedienen mit ihrem Stil ihr eigenes Profil
- Heulen mit den Wölfen („das Thema haben alle“)
- Lieben Exklusivmeldungen
- Müssen hart nachfragen bzw. recherchieren um „was Neues“ zu bekommen
- Stellen sich oft auf die Seite der „Schwächeren“ bzw. der „Betroffenen“
- Verlangen detaillierte Informationen, wenn es vielleicht noch keine gibt.

Öffentlichkeitsarbeit

Arbeit der Tagespresse an einem Beispiel

- 10.00 Uhr Redaktionskonferenz und Themenvergabe
- 12.00 Uhr u.U. Bildkonferenz
- 13.00 Uhr Aufrisskonferenz (Umfang, Stelle des Artikels)
- 16.30 Uhr Abgabe

Dazwischen Recherche, Interviews, Schreiben des Artikels, Vorbereitung der RK morgen.



Wegducken gilt nicht! Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Phasen in der Krise (Wilmes 2006) für den Träger von Einrichtungen

- Bedrohung und Konfrontation
 - Wer sagt was?
 - Stimmen die Vorwürfe?
- Einschätzung und Differenzierung
 - Welche Vorwürfe stimmen?
 - Welche Fehler haben wir tatsächlich gemacht?
 - Wer ist Schuld?
- Positionierung und Management
 - Was wollen wir ändern?
 - Wie wollen wir es ändern?
 - Wofür stehen wir?



Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Ein guter Krisenmanager

- darf traurig oder schockiert sein.
- hält die Kritik aus.
- und versucht trotzdem aus Bruchstücken des vorliegenden Wissens heraus überlegt und richtig zu handeln.



Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

- Keine Zeit verlieren - erreichbar sein.
- Mit allem rechnen – belastbar sein.
- Viel Wissen haben – informiert sein.
- Sich einfühlen in die Betroffenen - berührbar sein.

Öffentlichkeitsarbeit

1. Situationsanalyse

- Was ist konkret passiert?
- Wer ist unmittelbar betroffen?
- Gibt es weitere konkrete Gefährdungen für Menschen?
- Gibt es bereits Erkenntnisse über eigene Fehler?
- Welche Gegenmaßnahmen wurden schon eingeleitet?
- Muss die Polizei eingeschaltet werden?

Öffentlichkeitsarbeit

2. Medienanalyse

- Welche Anfragen von Journalisten liegen vor?
- Welche Medien berichten bereits?
 - Wie berichten die Nachrichtenagenturen?
 - Wie berichten Radio und TV?
 - Wie berichtet „das Internet“ – auch soziale Netzwerke berücksichtigen
 - Wer ist Meinungsführer?
- Entwickeln die Nachrichten eine bestimmte Dynamik?

Öffentlichkeitsarbeit

3. Richtiges Verhalten gegenüber der Presse

- Nicht lügen! Ggf. mitteilen, dass Sie dazu derzeit nichts sagen können.
- Nicht abwiegeln! Das Geschehene ernst nehmen.
- Kein Aktionismus! PM nur mit Neuigkeiten.
- Kein Chaos! Gleichartige Argumentation zielgruppenspezifisch aufbereitet.
- Kein Angriff der Opfer! Sachlich-offener Zugang selbst bei unbewiesenen Behauptungen.
- Kein Aussitzen! Deeskalieren ist sinnvoller.

Öffentlichkeitsarbeit

Kommunikationsstrategie

- Erste Stellungnahme: so schnell wie möglich (erste Antworten, sachlich-informativ)
- Medienbeobachtung:
 - war's das schon?
 - Meinungsmacher identifizieren
 - Die wichtigsten Medien notieren
- Nummer Eins (!) ins Rennen: Bedauern oder Beileid aussprechen (gut informieren!)
- Pressebetreuung:
 - Immer zurückrufen
 - Fragen, so gut es geht, beantworten
 - Eigene Kernbotschaften klar und prägnant formulieren
- Dialog mit Betroffenen:
 - Ernst nehmen!
 - Willen zur Aufklärung zeigen
 - Fortlaufende Information sicherstellen
- Bei berechtigter Krise:
 - Wiedergutmachung anbieten
 - Verbesserung der Sicherheit für die Zukunft planen



Wegducken gilt nicht! Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Vorbereitung auf Krisen



Vorbereitung auf Krisenzeiten

- spezifische Risiken kennen und für möglich halten
 - Vergangene Krisen auflisten
 - von Krisen der Konkurrenz lernen
- Krisenhandbuch erstellen (und jährlich pflegen)
 - Wer wird als ersteR informiert (Erreichbarkeit sicherstellen)?
 - Welche Kompetenzen hat diese Person?
 - Liste der Personen, die von ihr informiert werden müssen (Aufgaben und Kompetenzen)
 - Wer koordiniert die Krise?
 - Gibt es einen Krisenstab?
 - Wer informiert den Vorstand?
 - Wer nimmt Anfragen von Journalisten entgegen?
 - Wer darf überhaupt mit der Presse sprechen?
 - Wer informiert die Behörden? Wie? Formblatt – Telefonat – Mail?
 - Wer informiert die Mitarbeiter? Wie? Infobrief – Intranet – MitarbeiterInnen-Versammlung?
 - Wer erstellt die Pressemeldung? Mit wem ist sie abzustimmen?
 - Wer nimmt Anrufe von Betroffenen entgegen?
 - Wer aktualisiert das Internet?
 - Aktuelle Medienliste mit Kontaktdaten
- Eine Krise üben
- Interviews üben (Wilmes 2006, Checkliste: Wirkungsvolle Kommunikation)
- Vorfall analysieren – was muss getan werden, damit sich so etwas nicht wiederholen kann?
- Werbung überprüfen – stimmen die Botschaften noch? Muss sich etwas ändern? „BJR – Hier passiert´s!“

Sexueller Missbrauch in Institutionen



- Entwickeln Sie ein Präventionskonzept! Strukturelle Präventionselemente in einem Schutzkonzept des Trägers beugen sexuellem Missbrauch durch MitarbeiterInnen vor.
- Wenn es geschehen ist:
 - Verdachtsmomente bzw. Hinweise **sofort** ernst nehmen
 - Externe Beratung hinzuziehen
 - Behörde über Verdacht informieren
 - MitarbeiterIn bis auf weiteres freistellen
 - Unmittelbar Beteiligte (Betroffene, Angehörige, direkte KollegInnen) schnell informieren (Grundinfos)
 - Anzeige gemeinsam mit JuristIn prüfen
 - Mittelbar Beteiligte informieren (Gerüchteküche)
 - Schutzmaßnahmen entwickeln bzw. verbessern
 - Hilfen für alle Beteiligten einleiten
 - Rückhaltlose, transparente und objektive Aufklärung des Falles ermöglichen.
 - Presse - nur auf Anfrage:
„Es besteht der begründete Verdacht des sexuellen Missbrauch eines Kindes in einer unserer Einrichtungen durch einen unserer Mitarbeiter. Wir haben folgende Maßnahmen zur Aufklärung ergriffen (externe Beratung, Freistellung, Anzeige ...). Die Ergebnisse der Ermittlungen müssen auch von uns abgewartet werden. Der Schutz aller Kinder ist sichergestellt durch (Maßnahmen). Alle Betroffenen sowie das Jugendamt wurden bereits von uns über unsere Maßnahmen informiert. Wir werden alles uns Mögliche dazu beitragen, dass der Vorfall schnell und lückenlos aufgeklärt werden kann. Welche Sicherheitsverbesserungen eingeführt werden müssen, wird von uns geklärt.“

Buchtipps

- Frank Wilmes: Krisen-PR – Alles eine Frage der Taktik (Business Village)
- Dittges/Höbel/Hofmann: Krisenkommunikation (UVK)
- Ursula Enders: Traumatisierte Institutionen (Zartbitter Köln)
- Djafarzadeh/Rudolf-Jilg: Prävention geht alle an! (AMYNA)



Wegducken gilt nicht! Öffentlichkeitsarbeit in Krisenzeiten

Vortrag am 03.02. 2012
Dachverband österreichischer Jugendwohlfahrtseinrichtungen
Christine Rudolf-Jilg Kontakt: crj@amyna.de