



Zusammenarbeit mit Medien

Freund oder Feind?

Das Verhältnis zwischen Journalisten und PR-Beauftragten ist seit jeher kompliziert. Das gilt besonders für den Bereich Kirche. Medien lassen sich nicht steuern, und das ist auch gut so. Kritische Nachfragen gehören zum Geschäft. Aber beide Seiten brauchen einander. Zu diesem Thema ein paar grundsätzliche Gedanken, die auch für den Alltag relevant sind:

Medien sind weder Freund noch Feind

Journalistinnen und Journalisten suchen Geschichten, und Pfarreien und deren Akteure liefern diese. Nur selten haben Medien eine veritable Agenda oder fahren eine echte Kampagne, zumindest im Lokaljournalismus. Ausnahmen bestätigen die Regel.

Kontakt

Suchen Sie den persönlichen Kontakt. Rufen Sie gelegentlich in Redaktionen an, um auf ein Thema hinzuweisen oder einfach nur, um den Kontakt zu pflegen.

Medienanfragen

Wenn Sie eine Medienanfrage erhalten haben oder ein Interview geben, sollten Sie sich eines klarmachen: Es ist kein „Geschenk“ des Journalisten, bei Ihnen anzurufen, oder von Ihnen, das Gespräch einzugehen. Beide Seiten haben Interessen – eine spannende Geschichte auf der einen, eine inhaltliche Botschaft unterbringen auf der anderen Seite. Es ist eine Art Vertrag.

Umgangston

Journalisten pflegen einen lapidaren, direkteren Umgangston, als dies mitunter in kirchlichen Kontexten üblich ist. Lassen Sie sich davon nicht abschrecken und reagieren Sie nicht verletzt oder persönlich angegriffen.

Journalisten sind Generalisten

Gerade im Lokalen schreiben Sie morgens über den Schulstart, mittags über den Gemeinderat, bauen nachmittags das Layout für die Zeitung und kommen dann abends zur Sitzung des Pfarrgemeinderats. Niemand kann sich bei all diesen Themen und Techniken gleich gut auskennen. Werfen Sie Journalisten Ungenauigkeiten oder scheinbar „dumme“ Fragen nicht vor, sondern erklären Sie – wenn nötig auch fünfmal. Das ist auch eine Chance!

Gute und Schlechte Neuigkeiten

Nutzen Sie einen alten Kommunikationstrick, der schon Machiavelli bekannt war: Schlechte Nachrichten verkünden Sie am besten gesammelt zu einem Zeitpunkt, niemals häppchenweise.

Gute Nachrichten sollten Sie zeitlich und in den Formaten breit streuen, wiederholen, nochmal nachdrehen. So wiegen Sie schlechte Nachrichten auf und sorgen für ein positives Grundrauschen.

Interviews und Presseanfragen – was tun?

Interviews und Medienanfragen sind immer Chancen. Geht es um positiven Themen, können Sie diese verstärken und bewerben. Kritische Themen können Sie erläutern und erklären. Für die künftigen Pfarreien dürften Interviews für und Anfragen von Zeitungen oder Onlinemedien die Regel sein. Deshalb soll an dieser Stelle nicht weiter auf Radio- und Fernsehinterviews eingegangen werden.

Der Kontakt mit Medien beruht auf gegenseitigem Interesse. Das bedeutet: Sie können und dürfen von Journalisten alles gefragt werden; Sie können und dürfen darauf das antworten, was Sie wollen. Das heißt auch, dass Sie Fragen nicht beantworten müssen. Fokussieren Sie sich auf das, was Ihnen wichtig ist und in Ihre Kommunikationsstrategie passt.

Lassen Sie sich nicht überrumpeln. Gerade wenn Medien in stressigen Momenten anrufen, sollten Sie zunächst keine Zusagen am Telefon machen. Im Zweifel besprechen Sie sich mit Ihrem Team, ob und wie mit einer Anfrage umgegangen wird. Es steht Ihnen frei, Anfragen oder Interviews abzulehnen.

Bei schriftlichen Anfragen bestätigen Sie am besten zunächst den Eingang, damit die Redaktion weiß, dass Sie die Anfrage bearbeiten. Manche Medien arbeiten mit knappen Fristen. Lassen Sie sich dadurch aber nicht unnötig unter Druck setzen, denn das kann auch eine mediale Strategie sein. Schnelligkeit ist heute wichtig, aber zuerst muss durchdacht und stimmig sein, was Sie antworten.

Allerdings ist es selbst bei kritischen Themen meist besser, zwei knappe Sätze herauszugeben, als den Satz in der Zeitung riskieren: „Die Pfarrei äußerte sich nicht zu den Vorwürfen.“

Versuchen Sie, positive Botschaften zu formulieren. Sagen Sie nicht: „Wir wollen den die Kita-Gruppe nicht schließen“, sondern sagen Sie: „Wir wollen die Kita-Gruppe erhalten.“

Sie können auf Interview- oder Statement-Anfragen mündlich oder schriftlich reagieren. Wenn das Thema heikel ist oder Sie sich unsicher fühlen, antworten Sie schriftlich. Auch hier gilt das vier-Augen-Prinzip.

Bei mündlichen Interviews, ob vor Ort oder am Telefon, sollten Sie vorher vereinbaren, dass Sie Ihre Zitate vor der Veröffentlichung autorisieren dürfen. So vermeiden Sie, dass Sie falsch zitiert werden.

Dr. Marc Mudrak