

KRISEN-PR-MASSNAHMEN FÜR DIE KGZ

1. Arten von Krisen

- Finanzprobleme (Veruntreuung von Geld)
- Sexuelle Übergriffe durch Mitarbeiter der KGZ
- Ehrenamtliche Person der KGZ wird unmoralischen Geschäftspraktiken beschuldigt
- Schwere Probleme zwischen Pfarrperson und Bezirksgemeinde
- Sachbeschädigung und Diebstahl in einer Kirche (Kollektendiebstahl)
- Sofortiger Rücktritt eines KR-Mitgliedes
- Unlegales Handeln unter Berufung auf das Evangelium (Pfarrperson und Gruppen)

2. Informationswege

Krisenfall

Alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen informieren bei einer unter Punkt 1 erwähnten Krise oder bei einem ausserordentlichen Vorkommnisse sofort den Mediensprecher, bei Abwesenheit den Kommunikationsbeauftragten. Der Mediensprecher setzt eine Task Force als Krisenstab ein. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind nicht befugt, direkt Auskunft zu geben. Sie nehmen Anfragen zur Kenntnisse und geben keine Informationen weiter.

Medienanfrage →Mitarbeiter/in →Mediensprecher →Krisenstab
Präsident
Mediensprecher
Thematisch betr. KR
Kirchenschreiberin

Krisenstab beschäftigt sich mit

1. Problemdefinition →Facts finding, was ist passiert
2. Botschaften →Betroffenheit signalisieren, Gerüchte vermeiden
3. Sprachregelung →Emotionen zeigen
4. Bestimmt Krisensprecher →Bei grösseren Krisen muss der Präsident präsent sein

Reaktionszeit: innerhalb von 2 Stunden

Normalfall

Jeder Mitarbeiter und Mitarbeiterin kann gegenüber den Medien Auskunft geben, informiert jedoch den KR-Mediensprecher über erfolgte Medienkontakte.

Beispiel:

Die Medien berichten über den 48 Mio. Überschuss des Kantons Zug. Ein Journalist meldet sich bei der Kanzlei und will wissen, wie die Rechnung der KGZ aussieht. Im Idealfall leitet die Kanzlei die Anfrage an den entsprechenden KR, welcher mit dem Mediensprecher ein Argumentarium erarbeitet und dann die Anfrage direkt beantwortet. Ist aus zeitlichen Gründen dies nicht möglich, so informiert der betroffene KR nach erfolgtem Medienkontakt den Mediensprecher.

3. Kommunikationsziele

Wenn immer möglich intern vor extern:

- Fakten kommunizieren
- eigene Deutung der Ereignisse darstellen
- aktiver Umgang mit Problem zeigen

Intern

- alle Mitarbeiter/innen sind direkt informiert
- Betroffene wissen, dass eine Information erfolgt ist

extern

- haben die Gewissheit, dass sofort und direkt informiert wird
- haben die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen

4. Zielgruppen

intern

- KR
- GKGR
- BKP-Präsidenten
- Pfarrpersonen, Gemeindehelfer, Mitarbeiter Kanzlei

extern

- Kantonale Behörden
- Medien
- Kirchlich engagierte Öffentlichkeit

5. Strategie

- Information erfolgt klar, offen, umfassend
- Vertraulichkeit wird gewährleistet
- intern vor extern
- offene Situationen werden akzeptiert
- dialogisches Vorgehen, d.h. man kann es so sehen, es hat aber die entsprechenden Konsequenzen
- Emotionen zulassen

6. Massnahmen

1. Erreichbarkeitsliste erstellen
2. Versandadressliste vorbereiten
3. Vorbereitete Presstexte zu der unter Punkt 1 genannten Krisen sowie entsprechendes Argumentarium erstellen → auf alle mögliche Fragen Antworten erarbeiten
4. Ablauforganisation für eine Medienkonferenz erstellen

Issues Management

Mögliche Themenfelder, die in der Öffentlichkeit zu polarisierenden Auseinandersetzungen führen könnten (dazu werden Kernbotschaften vorbereitet, die im Bedarfsfall angepasst werden, um dann verwendet zu werden):

- Kirchliche Trauung von homosexuellen Paaren
- Ausserordentliche Finanzüberschüsse
- Unterbringung von Flüchtlingen
- Coming out von homosexuellen Pfarrpersonen
- Benützung von kirchlichen Infrastrukturen für kulturelle oder politische Aktivitäten

Kommunikationsleitbild der KGZ

Regeln, die in der Kommunikation der KGZ gelten:

1. Öffentlichkeitsarbeit unterstützt den Auftrag der KGZ

Öffentlichkeitsarbeit wird vom Kirchenrat der KGZ als wichtiges Instrument verstanden, um den Auftrag der KGZ gemäss der Gemeindeordnung und den 9 Leitsätzen des KR nachhaltig zu unterstützen. Kommunikation hilft der KGZ, ihre Ziele zu erreichen und insbesondere langfristig die Mittelbeschaffung (Steuermittel, Ehrenamtliche, Mitglieder in Organen) sicherzustellen.

2. Mitarbeitende haben ein vorrangiges Recht auf Information

Mitarbeitende der KGZ (angestellte und freiwillige) haben Anspruch auf eine kontinuierliche Information zu den Themen, die für sie wichtig sind.

3. Die KGZ kommuniziert bewusst mit definierten Dialoggruppen

Informationsarbeit funktioniert nur, wenn zu definierten Dialoggruppen (Anspruchsgruppen) Beziehungen planmässig und bewusst wahrgenommen werden. Die KGZ definiert die für sie wichtigen Bezugsgruppen und macht sich der Mittel bewusst, die sie für die Kommunikation mit ihnen einsetzen will.

4. Information und Kommunikation erfolgt zielgruppenorientiert

Eine zielgruppengerechte Kommunikation ist eine wichtige Aufgabe der KGZ; nur so kann sie ihre Interessen aktiv wahren. Es wird in der ‚Sprache‘ der Zielgruppen kommuniziert, ebenso wird ihr Interesse an der KGZ bei Kommunikationsmassnahmen berücksichtigt.

5. Grundsätze, die in der Kommunikation der KGZ gelten

Priorität der Informationstätigkeit

- * direkt Betroffene vor der Allgemeinheit
- * intern vor extern

Qualität und Gehalt von Information

- * Information in der KGZ ist zeitgerecht, stufengerecht und wahr
- * sie ist vollständig - nach Massgabe des aktuellen Informationsstands
- * sie ist transparent und verständlich (= "Sprache" der Zielgruppe)
- * sie enthält keine Verlautbarungen, trägt Emotionen Rechnung

Kanäle der Information:

- * Information erfolgt planmässig; d.h. regelmässig und über vorhersagbare Kanäle
- * der Informationsweg ist dem Thema angemessen
- * die Kanäle sind auf die Empfänger abgestimmt.