



Mikrofone: Politik und Verwaltung stehen zunehmend im Fokus der Medien. Von kommunalen Spitzenbeamten wird erwartet, dass sie auch in der Krise souverän auftreten.

Fotos: Wellphoto/Fotolia, privat

FIT FÜR DIE KRISE

Als Leser unserer Zeitschrift erhalten Sie bei Ihrer Buchung des Praxisseminars „Bürgermeister im Medienfokus“ des Deutschen Instituts für Public Relations 15 % Rabatt auf den Seminarpreis. Geben Sie den folgenden Rabattcode einfach auf dem Anmeldeformular ein: DG2018 - Weitere Informationen und Anmeldung: www.dipr.de > Fachseminare

DER AUTOR

Stephan Abele ist Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Public Relations in Hamburg (s.abele@dipr.de)

Kommunikation

Auf jede Frage die richtige Antwort

Die Spitzen in den Kommunalverwaltungen und ihre Teams müssen den Spagat bewältigen zwischen dem Agieren in bewährten Verwaltungsstrukturen und den Erwartungen von Facebook und Co. Das Deutsche Institut für Public Relations und das Fachmedium der gemeinderat bieten die passgenaue Weiterbildung an.

Bürgermeister und Landräte selbst kleiner Orte und Kreisstädte werden immer häufiger zum Gegenstand medialer Berichterstattung und stehen vor der Frage: Wie verhalte und äußere ich mich im Scheinwerferlicht der Kameras? Naturgemäß hat man in bürgerlichen Berufen wenig Gelegenheit zu solchen Auftritten. Gefragt sind plötzlich Gesicht

und Einschätzung, vor allem aber mediale Präsenz – Pressesprecher haben nur noch eine vorbereitende und beratende Funktion im Hintergrund.

Viele kommunale Führungspersonlichkeiten sind über ein konkretes Projekt in die Kommunalpolitik gekommen. Sie wollten an der Entscheidung für eine regionale Flächennutzung teilnehmen, ver-

WEITERBILDUNG

antwortlich mitwirken in der kommunalen Wirtschafts- und Verkehrspolitik oder die Integration von Flüchtlingen in ihrer Stadt politisch mitgestalten. Sie haben sich zur Wahl gestellt und sind an die Spitze gewählt worden – ob als Parteimitglied oder als unabhängiger Kandidat.

Am Ziel angekommen, tauchen neben den eigenen politischen Plänen schnell eine Reihe von Themen auf, die nicht geplant werden können. Beispielsweise richtet ein Sturm tief verheerende Schäden an, die Polizei identifiziert potenzielle Extremisten, oder eine Investitionsentscheidung wird zum Stadtgespräch und sorgt über Nacht für überregionales Medieninteresse. Dann belagern plötzlich Journalisten und Interessengruppen das Rathaus und stellen Fragen.

ANGEMESSENE REAKTION

Die Bürgermeister stehen umgehend im Fokus des Medieninteresses. Ihre Veröffentlichungen sind meistens lokal geprägt, aber schnell findet ein Thema über die sozialen Medien den Weg in die breitere Öffentlichkeit und lockt auch überregionale Journalisten an. Jeder Satz vor der Kamera, jeder Entscheidungsschritt dokumentiert die Kompetenz und das Standing der Bürgermeister in der Öffentlichkeit.

Natürlich ist jede Krise anders, aber die bekannten Grundsätze der Kommunikation müssen an die Regeln der neuen Mediengesellschaft angepasst werden. Denn der digitale Wandel der Medien hat die Erwartungshaltung sowohl der eigenen Mitarbeiter in der Verwaltung als auch der Öffentlichkeit in einer Kommune erheblich verändert und beeinflusst enorm die öffentliche Wahrnehmung.

Herkömmliche PR-Ratgeber bieten dafür zwar viel bedrucktes Papier, reflektieren aber kaum die aktuell laufenden Diskussionen über die Rolle und Glaubwürdigkeit der Medien und können einen praxisnahen Erfahrungsaustausch nicht ersetzen. Journalisten entwickeln längst ein neues Selbstbild, sie agieren anders als noch vor ein paar Jahren bei der Entstehung der öffentlichen Meinung. Auch für sie sind zusätzliche Aufgabenbereiche entstanden, für die es neue Konzepte braucht.

Das Deutsche Institut für Public Relations (DIPR) begleitet und analysiert als Aus- und Weiterbildungseinrichtung der PR-Branche Veränderungen in der Kom-

munikationskultur seit vielen Jahrzehnten. In Kooperation mit dem Fachmedium der gemeinderat bietet das DIPR nun ein neues, überparteiliches Workshop-Programm für kommunale Spitzenpolitiker an. Ein ehemaliger Bürgermeister und eine PR-Expertin mit journalistischem Hintergrund haben ihre Berufserfahrungen in einem zweitägigen Praxisworkshop am 5. und 6. April 2018 gebündelt (s. Info).

Der gebürtige Niedersachse Heiner Thölke, Jurist, bringt neun Jahre Erfahrung als Bürgermeister der Gemeinde Visbek und sein juristisches Fachwissen mit ein. Claudia Fasse, ehemals ARD-Journalistin und Kommunikationschefin bei Coca-Cola und Beiersdorf, kann auf eine Legislaturperiode als Ministeriumssprecherin in Nordrhein-Westfalen zurückgreifen und liefert die Medienexpertise.

Ziel des Seminars ist der sichere Umgang mit den verschiedenen Disziplinen der Kommunikation nach dem Motto: Aus der Praxis für die Praxis. Dabei spielt der Erfahrungsaustausch der Teilnehmer untereinander eine wichtige Rolle. Sie können Erlebnisse und Situationen berichten, die jenseits der Parteipolitik den Alltag an der Spitze einer Kommune bestimmen.

Der Workshop vermittelt eine am DIPR entwickelte bewährte Mischung aus Theorie und Praxis. Er liefert nicht nur einen Einblick in die neuesten Trends der Medienlandschaft, sondern unterstützt die Teilnehmer bei der Entwicklung von Positionen und Haltungen dazu. Dies umfasst neben Beispielen und Szenarien für die Krisenkommunikation auch die konkrete, kameragestützte Vorbereitung bei Auftritten in der Öffentlichkeit und in den digitalen Medien.

Weitere Themen sind aktuelle medienrechtliche Fragen, wie unangekündigte Live-Streams per Smartphone oder der Einsatz verdeckter Aufnahmen in den Diensträumen. Das Amt an der Spitze erfordert Fingerspitzengefühl beim Political Networking, insbesondere für Bürgermeister ohne Parteibindung. Diskutiert werden Chancen und Risiken bei der Auswahl von Schirmherrschaften oder Grußworten – das professionelle Bespielen auch dieser Kommunikationsfelder gehört zu einem tragfähigen Konzept öffentlichen Auftretens. Nicht zuletzt die zentralen Aspekte beim persönlichen Auftritt sind Teil des kommunikativen Rüstzeugs, die über Erfolg und Misserfolg in diesen medialen Zeiten mitentscheiden. *Stephan Abele*

DREI FRAGEN AN TRAINERIN CLAUDIA FASSE

Frau Fasse, was ist das Besondere an dem neuen Seminarangebot für kommunale Spitzenpolitiker von DIPR und der gemeinderat?

Fasse: Das Trainerteam bietet aktuelle, praxisnahe Informationen und Beispiele für Übungen und Diskussionen. Parteipolitik bleibt außen vor. Gerade der parteiübergreifende Austausch der Teilnehmer über die Situation und ihre Erfahrungen untereinander stehen im Vordergrund.

Was steckt hinter der Idee?

Fasse: Mit unseren langjährigen Erfahrungen in politischer Verwaltung, dem Journalismus, PR-Agenturen und Markenunternehmen haben wir als Team ein Angebot zusammengestellt, das die bekannten und bewährten PR-Regeln weiterentwickelt und konkrete Rezepte für den Umgang mit der veränderten Medienwirklichkeit anbietet.

Für wen ist das Angebot gedacht?

Fasse: Das Seminar richtet sich an Berufseinsteiger in der Kommunalpolitik ebenso wie an alte Hasen, die sich über die neuen Impulse in der Kommunikation austauschen wollen. Es will überholte Rezepte um neue Aspekte erweitern, um die Teilnehmer für die veränderten Ansprüche in der Medienwelt fit zu machen.

Interview: Red.

