Beim Anruf eines Journalisten erst einmal tief durchatmen

Gespräche mit Medienvertretern: Auf Einladung der Landesverbände AVN und NAV fand kürzlich das Seminar „Umgang mit der Presse“ im niedersächsischen Großburgwedel statt. Der erfahrene Journalist und PR-Berater Jens Hauschke gab wertvolle Tipps für eine gute Außendarstellung und effiziente Krisenkommunikation. Und wer lief den Teilnehmern über den Weg?

Ja, wer? Einer, der vor sechs Jahren eine gute Krisenkommunikation gebraucht hätte, der frühere Bundespräsident Christian Wulff. Im Hotel Kokenhof trank er seinen morgendlichen Kaffee.
Doch steigen wir in die Seminarinhalte ein. „Offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Pressevertretern ebenso wie mit Ihren Kontakten im Internet und in anderen Netzwerken ist ein wichtiges Element jeder Unternehmenspolitik. Wer umfassend informiert und transparent arbeitet, hat im Fall des Falles deutlich bessere Karten“, wendet sich Jens Hauschke an die knapp 20 Teilnehmer.
Neu für viele der Blick hinter die Kulissen einer Tageszeitung, von der morgendlichen Redaktionskonferenz mit den Resort-Vertretern gegen 11 Uhr über die Seitenplanung und die Nachmittagskonferenz gegen 15 Uhr bis hin zum Anrollen der Druckmaschinen am frühen Abend. Wichtige Hintergrundinformationen, wenn man beispielsweise eine Nachricht in der Presse lancieren möchte.
Jens Hauschke, PR-Berater bei der Agentur hannover.contex 4.0, hat zehn Jahre als Polizei-, Gerichts- und Gesellschaftsreporter bei der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung gearbeitet und kennt beide Seiten der Kommunikation. Er berät unter anderem den Automatenverband Niedersachsen (AVN) und half mit bei der Großdemonstration von 2 000 Branchenbeschäftigten am 16. Mai 2017 in Hannover.
Jeder Unternehmer sollte gute und strategische Kontakte zu lokalen und regionalen Medienvertretern pflegen, lautet eine seiner zentralen Empfehlungen.

Nicht in Panik geraten

Und was tun, wenn überraschend die Presse im Unternehmen anruft: „Nicht in Panik geraten. Erst einmal tief durchatmen. Im Zweifel um ein, zwei Stunden Bedenkzeit bitten, um sich auf die konkreten Anfragen einzustellen zu können.“
Der erfahrene Automatenunternehmer und engagierte CDU-Stadtparlamentarier Ercan Vanli aus Salz-

Simone Storch mit einem informativen Blick über den regionalen journalisten Tellerrand hinaus.

Thomas Knollmann, DAW, bringt seine reichhaltigen Erfahrungen in die Seminar-Arbeit ein.

Martin Reuvers berichtet. Im Hintergrund AVN-Ehrenvorsitzender Uwe Lücker und Olaf Lücker.

Martin Kind, Vorsitzender des renommierten Bundesligisten Hannover 96, empfiehlt eine konsequente und transparente Haltung gegenüber Journalisten.

Ercan Vanli (rechts) berichtet über seine Erfahrngen mit Journalisten. Im Hintergrund: Jürgen Spitzer, Markus Grundmann und Ercan Yüksel (von links).

Das Seminarrunde widmet sich wichtigen Fragen: Wie kann ich eine Nachricht in den Medien platzieren? Und: wie reagiere ich auf plötzliche Anfragen?

Der Journalist und PR-Berater Jens Hauschke gibt wertvolle Tipps aus der Praxis. Beispielsweise, wie man strategische Kontakte zu Medienvertretern aufbaut.

gitter schilderte eindrucksvoll eine solche Situation.

Spannend auch, wie die Runde den offenkundig sehr negativen Pressebericht „539 Unterschriften gegen Spielhalle – Bürgerinitiative will Ansiedlung in ehemaliger Sparkassenfiliale verhindern“ diskutierte. Die arrivierten Automatenunternehmer Jürgen Spitzer und Markus Grundmann – TÜV-zertifiziert und mit eigenen Ausbildungsplätzen – berichteten pointiert über ihre Erfahrungen mit oft leider parteiisch agierenden Journalisten.

Seminarleiter Jens Hauschke weiß: „Nicht jede Berichterstattung, die für ein Unternehmen unangenehm ist, ist rechtlich angreifbar. Angreibar sind unwahre Tatsachenbehauptungen, Beleidigungen und Schmähkritik.“

Die Formulierung einer journalistischen Anfrage lasse häufig bereits auf die Stoßrichtung der späteren Berichterstattung schließen. Wichtig: „Bei einer kritischen Anfrage muss das Unternehmen sofort Maßnahmen ergreifen und die entsprechenden Personen alarmieren: Kommunikationsabteilung, externe Berater, Rechtsabteilung und Presserechtsexperten, vor allem auch diejenigen, die den Sachverhalt zuverlässig aufarbeiten können.“

Auch ein Anruf beim Branchenverband könne hilfreich sein, so BA-Geschäftsführerin Simone Storch.

Reagiert ein Unternehmen nicht sofort auf eine negative Berichterstattung, kann sich das dadurch erzeugte Bild in der Öffentlichkeit festsetzen. Oft mit fatalen Folgen. Wichtig sei es in diesem Zusammenhang, strategisch zu denken und Themen mit einer offensiven Pressearbeit frühzeitig selbst zu setzen, so Jens Hauschke.

Höhepunkt des spannenden Seminar-Verlaufs: Die offene Diskussion mit Martin Kind, seit 1997 Präsident des Fußballvereins Hannover 96. Der charismatische 74-Jährige tritt den Medienvertretern nach eigenen Worten stets „mit Klarheit, Konsequenz und Transparenz entgegen“ und „möglichst emotionslos“. Dass viele Journalisten eine objetive Berichterstattung und ihre persönliche Meinung nicht mehr trennen können, sei ein Übel unserer Zeit. Auch das Fachwissen und die Qualität der Medienvertreter habe spürbar nachgelassen. Offenbar fehle es diesen zudem oft an Zeit für eine seriöse Recherche. ❐