

KOMMUNIKATION

WIE VERMEIDE ICH EINEN MEDIALEN KLEINKRIEG?

FRAGE: *Kürzlich hat ein Hotelier gegenüber den Medien erklärt, dass in seinem Haus Gäste aus einem bestimmten Herkunftsland nicht mehr willkommen seien. Daraufhin konfrontierte mich ein Journalist mit dieser negativen Aussage und bat mich um einen Kommentar. Wie reagiert man in so einer Situation am besten? Ich fand das Votum zwar daneben, wollte aber keinen medialen Kleinkrieg mit meinem Kollegen riskieren.* **K. v. J., Hotelier**



Nora Fehr, Expertin für Marketing und Kommunikation.

ANTWORT: Der Grat zwischen Kollegenschelte und unehrlichem Zickzack-Kurs ist in der Tat manchmal schmal. Nichtsdestotrotz ist dies eine erstklassige Chance, sich als guter Gastgeber und bei den Medien als kompetenter Ansprechpartner zu profilieren. Äussern Sie sich deshalb klar und deutlich – und gut überlegt.

Wer selten mit Medien zu tun hat oder nicht alle Hintergründe kennt, sollte sich für die Antwort Zeit nehmen. Sagen Sie dem Journalisten, dass Sie ihn schnellstmöglich zurückrufen und halten Sie sich für den Rückruf unbedingt an die vereinbarte Zeit.

In der Zwischenzeit verschaffen Sie sich – zum Beispiel via Internet – einen Überblick: Worum geht es genau? Wer hat die Diskussion ausgelöst, und wer hat sich seither wie geäussert? Wollen Sie ein mediales Hickhack vermeiden, nehmen Sie mit dem «Verursacher» der Kontroverse Kontakt auf. Auch wenn Sie die Meinung Ihres Berufskollegen nicht teilen – er wird es schätzen, dass Sie sich für seinen Standpunkt interessieren.

Und Ihnen hilft das Gespräch, ein aussagekräftiges Statement vorzubereiten.

In Ihrer Antwort konzentrieren Sie sich am besten konsequent auf Ihren Betrieb und Ihre Erfahrungen (sofern Sie diese mit der Öffentlichkeit teilen wollen). Um die Medienpräsenz optimal zu nutzen, bringen Sie Ihr Hotel positiv in die Diskussion ein und vermeiden persönliche Angriffe. Sonst besteht die Gefahr, dass Sie die gegenteilige Meinung durch die Wiederholung ungewollt bei den Lesern verankern. Und zu guter Letzt: Verlangen Sie Ihre Zitate ruhig zum Gegenlesen und stellen Sie sicher, dass Ihre Haltung unmissverständlich und korrekt wiedergegeben wird. **H**

Die Autorin: Nora Fehr ist eidg. dipl. PR-Beraterin bei Dr. Schenker Kommunikation AG in Bern. Zuvor wirkte sie als Kommunikationsleiterin bei Hotelleriesuisse. Sie ist auch als Expertin an den Berufsprüfungen für eidg. dipl. Marketingfachleute tätig.

www.schenkerkom.ch

Kontakt: n.fehr@schenkerkom.ch