

Best Practice:

Pressemitteilung im Krisenfall mit Textbausteinen

Eine Pressemitteilung in der Krise sollte präzise, informativ und beruhigend sein, um das Vertrauen der Öffentlichkeit zu wahren und die Situation zu kontrollieren. Wesentliche Inhalte sind:

1. Überschrift

Klar und sachlich: Die Überschrift sollte das zentrale Thema der Mitteilung zusammenfassen (z. B. „Diözesan-Caritasverband Köln reagiert auf [Krisenereignis]“).

2. Einleitung

Kurz und prägnant: Fassen Sie die wichtigsten Informationen zusammen (Was ist passiert? Wer ist betroffen?).

Zeit und Ort: Geben Sie den Zeitpunkt und den Ort des Vorfalls an, falls relevant.

3. Darstellung des Vorfalls

Faktenbasiert und transparent: Beschreiben Sie die Krise mit genauen Informationen und vermeiden Sie Spekulationen.

Kontext: Erklären Sie, wie es zu der Situation gekommen ist, um Missverständnisse zu vermeiden.

4. Maßnahmen zur Krisenbewältigung

Ergriffene Sofortmaßnahmen: Erläutern Sie, welche Schritte bereits unternommen wurden, um die Krise zu bewältigen.

Zukünftige Maßnahmen: Geben Sie an, welche weiteren Pläne oder Maßnahmen folgen werden, um die Situation zu verbessern oder zu lösen.

5. Verantwortungsübernahme

Verantwortung übernehmen: Zeigen Sie, dass Sie die Krise ernst nehmen und Verantwortung übernehmen, falls Fehler passiert sind.

Empathie ausdrücken: Drücken Sie Mitgefühl oder Betroffenheit gegenüber den Betroffenen aus (z.B. „Unsere Gedanken sind bei den Betroffenen“).

6. Kernaussagen und Botschaften

Kernbotschaften: Wiederholen Sie Ihre wichtigsten Aussagen, z. B. Sicherheitsmaßnahmen, Verpflichtung zur Transparenz oder die Verantwortung gegenüber Stakeholdern.

7. Zitate einer Führungsperson

Zitat: Fügen Sie ein Zitat eines ranghohen Unternehmensvertreters (z. B. Vorstand oder Krisenmanager) hinzu, um Vertrauen und Zuversicht zu vermitteln.

8. Kontaktinformationen

Pressekontakt: Geben Sie Kontaktinformationen (Name, E-Mail, Telefonnummer) des Pressesprechers oder Ansprechpartners an, um Rückfragen zu ermöglichen.

9. Aufforderung zu weiteren Updates

Regelmäßige Kommunikation zusichern: Informieren Sie die Öffentlichkeit, dass weitere Updates folgen werden, und legen Sie einen klaren Zeitrahmen fest.

10. Call-to-Action oder präventive Hinweise

Empfehlungen oder Maßnahmen für Betroffene: Geben Sie den Betroffenen, Klienten oder Stakeholdern Handlungsanweisungen (z. B. „Bitte kontaktieren Sie die örtlichen Caritas-Beratungsstellen, wenn Sie betroffen sind“).

Beispielstruktur:

Titel: „[Unternehmensname] reagiert auf [Krise] – Sofortmaßnahmen eingeleitet“

Einleitung: „Heute hat [Unternehmensname] die notwendigen Schritte eingeleitet, um auf [Krise] zu reagieren, die [Datum] stattgefunden hat. [Kurze Zusammenfassung des Ereignisses].“

Vorfall: „[Kurze, präzise Erklärung des Geschehens].“

Maßnahmen: „Wir haben sofort [Maßnahmen] ergriffen, um die Situation zu entschärfen. In den nächsten Tagen werden wir zusätzlich [Maßnahme] umsetzen.“

Verantwortung und Empathie: „Wir übernehmen die volle Verantwortung und bedauern die Unannehmlichkeiten, die diese Situation verursacht hat.“

Zitate: „[Zitat des Vorstands oder Krisenmanagers].“

Kontakt: „Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an [Pressekontakt].“