

Nähe schafft Glaubwürdigkeit, Glaubwürdigkeit schafft Vertrauen

An kommunalen Abstimmungen und Wahlen sinkt die Beteiligung zuweilen unter die 30-Prozent-Marke. Gemeindeversammlungen sind schlecht besucht. Vielerorts hat man Mühe, Personal für Kommissionen und die Exekutive zu finden. Appelle, mitzuwirken und Verantwortung zu übernehmen, verhallen.



Die allermeisten Menschen geben zwar in Umfragen an, sich für Politik zu interessieren. Gleichzeitig sind fast alle Berufstätigen im Arbeits-, Familien- und Freizeitstress. Sie erinnern an den Hamster im Laufrad. Wenn sie auf Politik angesprochen werden, fällt ein Satz mit Sicherheit: «S'isch kompliziert.»

Ich behaupte das Gegenteil: Politik wirkt abschreckend, weil das Amtsddeutsch für Normalsterbliche nur schwer verständlich ist. Dort sollten Sie zuerst ansetzen. Weil die Medien diese Rolle wegen fehlender Ressourcen nicht mehr wahrnehmen können, müssen Sie es tun: übersetzen.

Wer gut übersetzen kann, wird verstanden. Wer verstanden wird, ist nahe bei den Menschen. Wer Nähe hinbringt, schafft Glaubwürdigkeit. Wer glaubwürdig ist, genießt Vertrauen in der breiten Bevölkerung.

Was Sie in den Gemeinden tun könnten – ein paar Vorschläge:

- Seien Sie mutig. Probieren Sie neue Wege aus.
- Holen Sie die Menschen dort ab, wo sie sind: am Sklavengrätli. Mensch in der Schweiz verbringt im Durchschnitt zwei Stunden täglich am mobilen Gerät. Eine WhatsApp-Gruppe ist niederschwellig und funktioniert (wie beispielsweise Stadt Thun beweist). Eine App hilft – die Generation Z (geboren ab 1995) ist nur noch digital unterwegs. Für sie ist digital nahe.
- Animieren Sie Pensionierte, als Intermediäre aktiv zu werden.
- Organisieren Sie regelmässig analoge Stammtische. Sie schaffen Nähe.

- Krisenkommunikation
- Medientraining
- Öffentlichkeitsarbeit
- Politikanalyse
- Knowhow
- Herzblut
- Pfiff



Der Journalismus stirbt einen leisen Tod. Er stirbt, weil

- das Werbegeld zu Tech-Giganten wie Google und Facebook fließt statt zu den hiesigen Medienhäusern. Inzwischen sind es mehr als 2 Milliarden Franken pro Jahr;
- nur 17 Prozent der Menschen in der Schweiz bereit sind, für journalistisch aufbereitete Information im Netz zu bezahlen.

Mark Balsiger & Partner

Thunstrasse 2

CH-3005 Bern

+41 (0)79 696 97 02

info@border-crossing.ch

border-crossing.ch

Die Medienkrise ist im Lokalen und Regionalen am stärksten spürbar, weil sich dort die Kosten nicht skalieren lassen wie in den Ressorts Wirtschaft oder Ausland. Noch aber gibt es beispielsweise den «Frutigländer», die «Bantiger Post», Radio neo1 im Emmental, «Tele Bilingue» und das Regionaljournal von Radio SRF.

Lokale und regionale Medien haben eine zentrale Funktion: Sie informieren, was läuft, und sie beobachten die Akteure. Dabei stützen sie ein wichtiges Prinzip des Zusammenlebens in unserem Land: den Glauben an die Kraft der kleinen Einheit.

Zehn Tipps für den Umgang mit Medienschaffenden

1. Medienschaffende stellen Fragen, weil sie an Ihnen und Ihrem Thema interessiert sind. Aber sie sind nicht Ihre Lautsprecher!
2. Medienschaffende stehen praktisch immer unter Zeitdruck. Es ist ratsam, agil auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Zunächst geht es immer darum, eine Gesprächsatmosphäre zu schaffen. (Das funktioniert auch am Telefon.)
3. Das A und O ist ein Vorgespräch. Sie stecken gemeinsam das Thema ab. Wenn der Wissensstand tief ist (der Regelfall), braucht es zuerst einen Knowhow-Transfer.
4. Reden Sie einfach und verständlich, das Politik-Amts-«Chinesisch» ist grauenhaft. Erklären Sie Schritt für Schritt. Stellen Sie sicher, dass Ihr Vis-à-vis mitkommt.
5. Medienschaffende suchen News und sie suchen nach der Wahrheit. Stellen sie hingegen Suggestivfragen, müssen Sie das Gespräch unterbrechen und die Situation klären.
6. Medienschaffende sind weder Freunde noch Feinde. Professionalität und gegenseitige Wertschätzung helfen.
7. Bei Radio und TV ist Kürze gefragt: Keine Antwort darf länger sein als 20 Sekunden, sonst wird geschnitten.
8. Sie haben das Recht, ihre Zitate vor der Publikation zu autorisieren. Dieser Prozess bedingt klare Abmachungen. Sie brauchen zwingend die mobile Nummer des Medienschaffenden.
9. Verurteilen Sie nicht einen ganzen Berufsstand, wenn Sie einmal schlechte Erfahrungen gemacht haben. Schwarze Schafe gibt es überall.
10. Sprechen Sie Probleme an. Nie mit einer Wut im Bauch! Nie per E-Mail!

• Krisenkommunikation

• Medientraining

• Öffentlichkeitsarbeit

• Politikanalyse

• Knowhow

• Herzblut

• Pfiff

