



Kommunikationsreglement

gültig ab 1. Juli 2007

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.1 Ausgangslage.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.2 Zielsetzung.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2. Kommunikationsziele	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.1 Generelle Ziele.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.2 Konkrete Ziele und Massnahmen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3. Kommunikationsstrategie	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.1 Wirkungskontrolle	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.2 Schwerpunkte setzen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.3 Information gestalten	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.4 Dialog pflegen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.5 Einfache Sprache	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4. Dialoggruppen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4.1 Interne Dialoggruppen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
4.2 Externe Dialoggruppen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5. Botschaften	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.1 Botschaften für alle Dialoggruppen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.2 Botschaften für einzelne Dialoggruppen	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6. Kommunikationsmittel	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.1 Interne Kommunikation.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6.2 Externe Kommunikation.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
7. Kommunikationsorganisation	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8. Umgang mit Medien	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.1 Wie reagiert man auf eine positive / negative Berichterstattung?.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.2 Lassen sie sich niemals überrumpeln.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
8.3 Die eigene Vorbereitung.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Die Pensionskasse der Rhätischen Bahn ist seit 1990 eine eigenständige Personalvorsorgestiftung. Die internen und externen Dialoggruppen sollen wissen, wer die Pensionskasse ist und welche Leistungen sie erbringt.

Die Kommunikationsaufgaben der Pensionskasse werden in Zukunft zunehmen, insbesondere in Richtung Versicherte und externe Stellen. Es besteht deshalb ein Handlungsbedarf, die Kommunikation festzuhalten und zu professionalisieren. Nur so können die verschiedenen Kreise zielgenau angesprochen werden.

Leitaussagen zum Thema Kommunikation

Wir kommunizieren aktiv, offen und verständlich. Feedback nutzen wir zur Weiterentwicklung.

- Wir informieren unsere Versicherten mindestens einmal jährlich über ihren aktuellen Vorsorgeschutz. Ein möglicher Einkauf in höhere Leistungsansprüche wird aktiv unterstützt.
- Für unsere Versicherten führen wir nach Bedarf Informationsanlässe durch.
- Im Intranet bieten wir laufend aktualisierte Informationen an, insbesondere zur finanziellen Lage. Komplexe Sachverhalte erklären wir in verständlicher Sprache.

1.2 Zielsetzung

Das vorliegende Kommunikationskonzept soll die Kommunikationsarbeit der Pensionskasse verbindlich festlegen. Es wird die interne und externe Kommunikation geregelt, das erstere die unabdingbare Voraussetzung für letztere darstellt.

1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen

Im Bundesrecht finden sich die nachstehenden Bestimmungen zur Informationstätigkeit.

Art. 86b Information der Versicherten

¹ Die Vorsorgeeinrichtung muss ihre Versicherten jährlich in geeigneter Form informieren über:

- a. die Leistungsansprüche, den koordinierten Lohn, den Beitragssatz und das Altersguthaben;
- b. die Organisation und die Finanzierung;
- c. die Mitglieder des paritätisch besetzten Organs nach Artikel 51.

² Auf Anfrage hin ist den Versicherten die Jahresrechnung und der Jahresbericht auszuhändigen. Ebenso hat ihnen die Vorsorgeeinrichtungen auf Anfrage hin Informationen über den Kapitalertrag, den versicherungstechnischen Risikoverlauf, die Verwaltungskosten, die Deckungskapitalberechnung, die Reservebildung sowie den Deckungsgrad abzugeben.

Art. 8 Abrechnung und Information

¹ Im Freizügigkeitsfall muss die Vorsorgeeinrichtung den Versicherten eine Abrechnung über die Austrittsleistung erstellen. Daraus müssen die Berechnung der Austrittsleistung, die Höhe des Mindestbetrages (Art. 17) und die Höhe des Altersguthabens (Art. 15 BVG) ersichtlich sein.

² Die Vorsorgeeinrichtung muss die Versicherten auf alle gesetzlich und reglementarisch vorgesehenen Möglichkeiten der Erhaltung des Vorsorgeschutzes hinweisen; namentlich hat sie die Versicherten darauf aufmerksam zu machen, wie diese den Vorsorgeschutz für den Todes- und Invaliditätsfall beibehalten können.

Art. 24

¹ Die Vorsorgeeinrichtung hat dem Versicherten jährlich die reglementarische Austrittsleistung nach Artikel 2 mitzuteilen.

² Heiratet der Versicherte oder geht er eine eingetragene Partnerschaft ein, so hat ihm die Vorsorgeeinrichtung auf diesen Zeitpunkt seine Austrittsleistung mitzuteilen. Die Vorsorgeeinrichtung hat diese Angabe in ihren Unterlagen festzuhalten und bei Austritt des Versicherten der neuen Vorsorge- oder einer allfälligen Freizügigkeitseinrichtung zu übermitteln.

³ Im Falle der Ehescheidung oder gerichtlichen Auflösung einer eingetragenen Partnerschaft hat die Vorsorgeeinrichtung auf Verlangen dem Versicherten oder dem Gericht Auskunft über die Höhe der Guthaben zu geben, die für die Berechnung der zu teilenden Austrittsleistung massgebend sind.

Gestützt darauf hat die Pensionskasse in ihr Vorsorgereglement den folgenden Artikel aufgenommen:

Art.53 Information der Versicherten

- 1. Die Kasse übergibt jedem Versicherten bei seiner Aufnahme, bei jeder Änderung seiner Versicherungsbedingungen und bei Heirat, jedoch mindestens einmal pro Jahr einen Leistungsausweis.*
- 2. Der Leistungsausweis gibt dem Versicherten Auskunft über seine individuellen Versicherungsbedingungen, insbesondere über die versicherten Leistungen, den versicherten Lohn, die Beiträge und die Austrittsleistung. Bei einer Abweichung zwischen dem Leistungsausweis und dem vorliegenden Reglement ist Letzteres massgebend.*
- 3. Ferner informiert die Kasse jeden Versicherten mindestens einmal pro Jahr in geeigneter Weise über die Organisation und die Finanzierung der Kasse, sowie über die Zusammensetzung des Stiftungsrates.*
- 4. Auf Anfrage übergibt die Kasse den Versicherten ein Exemplar der Jahresrechnung und des Geschäftsberichts und informiert sie über den Kapitalertrag, den versicherungstechnischen Risikoverlauf, die Verwaltungskosten, die Deckungskapitalberechnung, die Reservebildung sowie den Deckungsgrad.*

2. Kommunikationsziele

Begriffdefinition Kommunikationsziele

- Sie beschreiben den Endzustand, der bei den relevanten Dialoggruppen erreicht werden soll. Beispiel: „Die Dialoggruppen kennen die Pensionskasse und vertrauen ihr, weil sie wissen, dass sie eine professionelle Anlagestrategie verfolgt.“
- Kommunikationsziele sollen mit den generellen Zielen der Pensionskasse übereinstimmen, realisierbar sein, möglichst präzise sein, messbar sein, intern akzeptierbar sein, Kontinuität widerspiegeln, schriftlich fixiert und bekannt sein, laufend überprüft und nötigenfalls angepasst werden.

2.1 Generelle Ziele

Kommunikationsstil

Die Pensionskasse kommuniziert mit ihren internen und externen Dialoggruppen verständlich, glaubwürdig, verlässlich und bedürfnisgerecht.

- verständlich heisst: konkret und anschaulich
- glaubwürdig heisst: ehrlich und überprüfbar
- verlässlich heisst: sachbezogen und kompetent
- bedürfnisgerecht heisst: relevante Informationen zur rechten Zeit am richtigen Ort.

Kassenprofil

Die Dialoggruppen wissen, was die Pensionskasse leistet und was sie gegenüber anderen Vorsorgeeinrichtung auszeichnet.

Ausstrahlung

Die Pensionskasse bietet mit ihrer Kommunikation Orientierung und schafft Vertrauen.

Dialog

Die Pensionskasse holt bei ihren Dialoggruppen Feedback ein und sucht den Meinungsaustausch.

2.2 Konkrete Ziele und Massnahmen

Die Pensionskasse erstellt jährlich ein Papier, in welchem die konkreten Kommunikationsziele festgelegt und die notwendigen Massnahmen abgeleitet werden.

3. Kommunikationsstrategie

Begriffsdefinition Kommunikationsstrategie

- Die Kommunikationsstrategie definiert die Art und Weise, mit der die Kommunikationsziele erreicht werden sollen. Sie schlägt einen Lösungsansatz vor (z.B: "Wir setzen stark auf die Webseite"), ohne bereits konkrete Massnahmen zu beschreiben.
- Zentrale Fragestellung sind: Wie tritt die Pensionskasse auf? Wie sorgt sie dafür, dass sich die Dialoggruppen gut informiert fühlen? Welche Plattformen nutzt bzw. schafft die Pensionskasse für den Dialog

3.1 Wirkungskontrolle

- In der Kommunikationsarbeit wirken zahlreiche Vertreter der Pensionskasse mit. Damit die Kommunikationsinhalte einheitlich vermittelt werden, informiert die Pensionskasse ihre Mitarbeitenden laufend über ihre Entwicklung und Projekt und pflegt den Meinungs austausch. Sie greift zudem das Thema Kommunikation regelmässig (jährlich) auf, um das gemeinsame Verständnis zu stärken, was die Kommunikation der Pensionskasse will und was sie ausmacht.
- Die Pensionskasse setzt die definierten Botschaften konsequent ein. Sie bilden die Grundlage jeder Kommunikationstätigkeit.
- Die Pensionskasse definiert für alle Dokumente, die von der Geschäftsstelle nach aussen gehen (Konzepte, Merkblätter, PowerPoint-Präsentationen, Broschüren etc), ein einheitliches Erscheinungsbild und stellt sicher, dass es stets umgesetzt wird.

3.2 Schwerpunkte setzen

- Die Pensionskasse tritt eher diskret auf. Sie setzt auf wenige, ausgewählte Massnahmen, um ihre Dialoggruppen überzeugend anzusprechen.
- Die Pensionskasse legt jedes Jahr ein bis zwei Dialoggruppen fest, die sie besonders gezielt angehen will.
- Jährlich definiert sie zudem ein bis zwei Themen, die sie proaktiv aufgreifen will

3.3 Information gestalten

- Die Pensionskasse informiert verlässlich. Sie legt dazu die geeigneten Kommunikationskanäle (persönliche Kontakte, Versand von Informationen, Publikationen, Intranet) fest und bearbeitet diese konsequent. Primärer Kommunikationskanal ist die Website der Pensionskasse.
- Die Pensionskasse kommuniziert verständlich. Um ihre Arbeit anschaulich zu erklären, geht sie von der Sicht ihrer Dialoggruppen aus und knüpft mit Beispielen und Vergleichen an deren Situation an.
- Die Information ist dosiert. Die Dialoggruppen werden weder mit Informationen überschwemmt, noch werden ihnen Informationen vorenthalten.

3.4 Dialog pflegen

- Die Pensionskasse bietet ihren Dialoggruppen in all ihren Kommunikationsmitteln genügend Gelegenheit zur Kontaktaufnahme (z.B. für Rücksprachen).
- Für ihre zentralen Dialoggruppen schafft sie Gelegenheit für den Dialog (Informationsveranstaltungen, direkte Gespräche etc.).
- Die Pensionskasse zeigt ihren Dialoggruppen auf, wie deren Anliegen in die Weiterentwicklung der Dienstleistungen und der Servicequalität einfließen.

3.5 Einfache Sprache

- Die Pensionskasse benutzt eine einfache, unmissverständliche Sprache.
- Die Kommunikationsmittel der Pensionskasse werden grundsätzlich in Deutsch erstellt. Ausnahmen bilden wichtige Mitteilungen die ebenfalls in Italienisch übersetzt werden.
- Die Dialoggruppen könne ihre Korrespondenz in Deutsch oder Italienisch an die Pensionskasse richten.

4. Dialoggruppen

Begriffsdefinition Dialoggruppen

- Eine allgemeine Kommunikation in der breiten Öffentlichkeit würde zu enormen Streuverlusten führen. Deshalb werden im Kommunikationskonzept Dialoggruppen identifiziert, die für die Pensionskasse besonders wichtig sind.
- Der Begriff Dialoggruppen (nicht Zielgruppen wie im verkaufsorientierten Marketing) bringt zum Ausdruck, dass die Pensionskasse eine Zweiwegkommunikation zu erreichen sucht.
- Zu den Dialoggruppen zählen jene Gruppierungen, die der Pensionskasse eine gewisse Bedeutung beimessen, und umgekehrt auch jene, die aus Sicht der Pensionskasse relevant sind.

4.1 Interne Dialoggruppen

Stiftungsorgane

- Stiftungsrat
- Anlagekommission

Geschäftsstelle

- Geschäftsleitung
- Mitarbeitende

4.2 Externe Dialoggruppen

Versicherte

- Aktiv Versicherte
- Pensionsberechtigte
- Angehörige von Versicherten

Arbeitgeber

- Verwaltungsrat der Rhätischen Bahn
- Geschäftsleitung
- Personalverantwortliche

Aufsicht und Kontrolle

- Amt für berufliche Vorsorge des Kantons Graubünden
- Revisionsstelle der Pensionskasse
- Experte der Pensionskasse

Geschäftspartner und Multiplikatoren

- Sozialversicherer (AHV, IV, UV, ALV, MV)
- Verbände (SEV, Transfer)
- Partner im Informatikbereich
- Partner im Anlagebereich
- Medien (z.B. RhB Personalzeitung)

5. Botschaften

Begriffsdefinition Botschaften

- Um die Kommunikationsziele möglichst effizient zu erreichen, werden die zu vermittelnden Kommunikationsinhalte (Botschaften) definiert.
- Die Botschaften zeigen: Was zeichnet die Pensionskasse aus? Was bietet sie und worauf legt sie in ihrer Arbeit besonders wert?
- Diese Botschaften werden in Referaten, Drucksachen und Inseraten, auf der Website, an Events etc. Immer wieder platziert.
- In der Umsetzung werden die hier formulierten Hauptbotschaften ergänzt und zugespitzt.
- Die Botschaften sind das, was am Ende in den Köpfen der Dialoggruppen verankert sein soll. Sie tragen zur Positionierung der Pensionskasse bei und damit auch zur Differenzierungen gegenüber anderen Kassen.
- Je klarer die Botschaft, desto grösser die Chance, dass sie bei den Dialoggruppen hängen bleibt.

5.1 Botschaften für alle Dialoggruppen

Hauptbotschaften	Nebenbotschaften
<p>Grösse und Unabhängigkeit Die Pensionskasse der Rhätischen Bahn ist eine eigenständige und selbständige Stiftung.</p>	<p>Die Pensionskasse der Rhätischen Bahn gehört zu den grössten und ältesten Pensionskassen des Kantons. Zu den Kunden der Pensionskasse zählt ein Arbeitgeber mit insgesamt ca 1'300 aktiv Versicherten und ca. 930 Rentenberechtigte.</p>
<p>Preiswerte Qualität Wer bei der Pensionskasse versichert ist, profitiert von qualitativ hoch stehender Vorsorge zu einem attraktiven Preis.</p>	<p>Der Branchenvergleich beweist, dass die Pensionskasse den guten Vorsorge-schutz zu einem fairen Preis auch in schwierigen Jahren erfolgreich einhält. Unser Vorsorgeplan ist solide und einfach aufgebaut. Dies ermöglicht einen optimalen Kundenservice und hält die Verwaltungskosten tief.</p>
<p>Gerechtigkeit und Sicherheit Alle Beiträge und Vermögenserträge werden ausschliesslich für die Vorsorge der Versicherten eingesetzt.</p>	<p>Wir stellen unser Handeln unter die Grundsätze von Transparenz, Gerechtigkeit und Sicherheit. Die Grösse des von uns betreuten Vermögens erlaubt uns, das Anlagerisiko zu reduzieren. Zudem erhöhen wir die Sicherheit dank der strikten Trennung zwischen Strategie, Umsetzung und Kontrolle.</p>

5.2 Botschaften für einzelne Dialoggruppen

Dialoggruppe	Hauptbotschaft	Nebenbotschaft
Unternehmen, Aufsicht, Geschäftspartner, Multiplikatoren	<p>Dienstleistungen und Beratung Wir erbringen effiziente und kundenorientierte Dienstleistungen.</p>	Gleichzeitig bieten wir unseren Versicherten flexible Einkaufsmöglichkeiten, damit sie von einer optimalen Vorsorge profitieren können.
Versicherte	<p>Kommunikationskanäle Die Website der Pensionskasse informiert über alle Basisfragen zur beruflichen Vorsorge. Wenn ihr Personalverantwortlicher in einer Vorsorgefrage nicht weiter weiss, stehen wir ihnen gerne zur Verfügung.</p>	<p>Unsere Leistungen orientieren sich stark an den Bedürfnissen der Kunden. Ihre Rückmeldung nutzen wir für die ständige Verbesserung unserer Servicequalität. Versicherte können sich jederzeit auch an ihre Vertretungen im Stiftungsrat der Pensionskasse wenden.</p>
Mitarbeitende	<p>Feedback-Kultur Als kleine Firma mit hohen Qualitätsansprüchen legt die Pensionskasse wert auf transparente interne Information, klare Zuständigkeiten und ein konstruktive Feedback-Kultur.</p>	<p>Die Mitarbeitenden profitieren von einem vielseitigen Arbeitsgebiet, flexiblen Arbeitszeit, einer guten Infrastruktur und einem offenen Klima, von angemessener Entlohnung und einem sicheren Arbeitsplatz an zentraler Lage. Die Ideen und Anliegen der Mitarbeitenden zur ständigen Weiterentwicklung der Servicequalität sind gefragt.</p>
Stiftungsorgane	<p>Klare Entscheidungsgrundlagen Die Stiftungsorgane erhalten klare und verständliche Entscheidungsgrundlagen in schriftlicher Form. Auftauchende gravierende Probleme irgendwelcher Art werden von der Geschäftsstelle sofort gemeldet.</p>	Neben der beantragten Lösung werden auch gleichwertige Alternativen aufgezeigt.

6. Kommunikationsmittel

6.1 Interne Kommunikation

Dialoggruppen	Kommunikationsmittel	Verbesserungspotential
Mitarbeitende	Sitzungen Internet Persönliche Gespräche Gesellschaftliche Anlässe	Feedback-Kultur Gemeinsame Meinungsbildung Klarheit im Zusammenwirken
Stiftungsrat Anlagekommission	Sitzungen Sporadische Newsletter Intranet Gesellschaftliche Anlässe	Formulierung der gegenseitigen Erwartungen und Bedürfnisse

6.2 Externe Kommunikation

Dialoggruppen	Kommunikationsmittel	Verbesserungspotential
Alle externen Dialoggruppen	Basisinformationsmittel: Geschäftsbericht	Einführung Webseite Standardisierung des visuellen Auftritts Logo der Pensionskasse
Versicherte	Intranet Briefe an Versicherte Leistungsausweis Geschäftsbericht Telefonische Auskünfte Kurs Altersvorbereitung	Daten zu den Standardanfragen
Personalverantwortliche	Intranet Periodische Informationsschreiben Sitzungen Individuelle Beratung	Meinungsaustausch stärken
Aufsichtsbehörde	Regelmässige Sitzungen Persönliche Gespräche	Teilnahme an Einladungen

7. Kommunikationsorganisation

Aufgabe	Verantwortliche	Beteiligte
Kommunikationsstrategie festlegen Ziele festlegen und Ressourcen einplanen Schwerpunkte und –themen definieren	Geschäftsleitung	Stiftungsrat

Qualitätsstandards und Richtlinien definieren		
Kommunikation planen, koordinieren, beraten Sicherstellen (besonders in wichtigen Geschäften), dass nach innen und aussen sorgfältig informiert wird	Sekretär des Stiftungsrates	Geschäftsleitung
Kommunikationsmassnahmen umsetzen Interne und externe Kommunikationsmassnahmen umsetzen Die Pensionskasse in externen Kontakten vertreten Intern den Informationsaustausch zu Meinungen und Entwicklungen sicherstellen und frühzeitig auf bedeutende Fragen und Probleme aufmerksam machen	Präsident	Geschäftsleitung Sekretär Mitarbeitende
Kommunikation bei ausserordentlichen Ereignissen (Krisenfällen) führen und koordinieren.	Präsident	Geschäftsleitung
Kommunikationstätigkeit überprüfen Wirkung der getroffenen Massnahmen überprüfen und gegebenenfalls Anpassungen vornehmen Gewährleisten, dass die Grundsätze und Standards der Kommunikation eingehalten werden	Geschäftsleitung	Sekretär

8. Umgang mit Medien

8.1 Wie reagiert man auf eine positive / negative Berichterstattung?

(Quelle: Alfred Fetscherin, Keine Angst vor den Medien, Verlag OrellFüssli)

Positiver Bericht

Bei einem für das eigene Unternehmen positiven, bei einem kritischen, jedoch fairen Bericht empfiehlt es sich, dem betreffenden Journalisten ein paar anerkennende Worte zu schreiben. Auch Journalisten freuen sich über ein positives Echo. Versäumen Sie es dabei nicht, dem Chefredaktor eine Kopie Ihres Schreibens zu schicken.

Negativer Bericht

Lassen Sie sich von Ihrem Ärger über einen ungünstigen Bericht niemals dazu verleiten, per Eilboten einen erzürnten Brief an die Chefredaktion zu schreiben! Dies wäre das Verkehrtest, was Sie tun können.

Statt in der Wut reagieren, erst einmal alles in Ruhe analysieren!

Analysieren heisst sich fragen:

- Warum ist der Bericht aus unserer Sicht negativ?
- Weist er konkrete Fehler auf?
- Ist er unvollständig?
- Ist der Bericht tendenziös
- Ist der Journalist eventuell einem Missverständnis erlegen?
- Haben wir uns unklar ausgedrückt?
- Liegt es vielleicht an den Unterlagen (unklar, missverständlich)?

Je nachdem, wie das Ergebnis der Analyse ausfällt, kommen verschiedene Reaktionen in Frage.

Ist der Bericht sachlich richtig, in der Tendenz aber unfreundlich bis negativ, sollte man von einer Reaktion absehen.

Ein Journalist hat die Pflicht, die Fakten richtig darzustellen. In der persönlichen Wertung ist er jedoch völlig frei. Solange sie ihm keine schlichten Fehler nachweisen können, lohnt es in der Regel nicht drüber zu streiten, was persönliche Ansichtssache ist. Anders liegt der Fall, wenn ein Bericht sachlich unkorrekt ist oder Fehlbehauptungen enthält. Dann soll und muss man reagieren.

Grundsätzlich stehen dafür drei Möglichkeiten zur Verfügung:

- Berichtigung
- Gegendarstellung
- Leserbrief

Rechtshändel mit den Medien lohnen sich fast nie. Suchen sie eine einvernehmliche Lösung mit der Redaktion. Langfristig nützt ihnen dies viel mehr.

8.2 Lassen sie sich niemals überrumpeln

Journalisten sind immer in Zeitnot. Mit dieser alten Weisheit wird jeder konfrontiert, der mit Vertretern der Medien zu tun hat. Halten sie sich diese Tatsache immer vor Augen, wenn ein Journalist anruft und von Ihnen jetzt und in diesem Augenblick eine Stellungnahme zu einer bestimmten Sache verlangt. Lassen sie sich davon nicht beeindrucken! Sie haben mindestens ebenso guten Gründe, weshalb sie das Interview nicht jetzt, sondern später geben können.

Lassen sie sich von einem Medienmann nie überrumpeln!

Die optimale Vorbereitung ist das Allerwichtigste

Bevor sie einem Reporter irgendeine Frage beantworten oder eine Zusage für Aufnahmen in ihrem Haus erteilen, bestehen sie auf einem ausführlichen Vorgespräch!

Zum Vorgespräch gehört die Beantwortung folgender Fragen:

- Thema
- Zielpublikum
- Aktueller Aufhänger
- Fragen
- Wie lautet das Informationsziel

8.3 Die eigene Vorbereitung

Ebenso wichtig wie das Vorbereitungsgespräch ist die eigene Vorbereitung. Wegleitend sich dabei folgende Fragen:

- was will ich aussagen?
- Wen kann/will ich erreichen?
- Wie erreiche ich mein Ziel am besten?

Überlegen sie sich genau, welches ihre wichtigste Botschaft ist. Konzentrieren sie sich auf diese und versuchen sie nicht, möglichst viel in ihre Antwort hineinzupacken.

Sagen sie so wenig wie möglich, aber so viel wie nötig!