

Anhang

Checkliste zu „Prävention durch konsequenten Dialog“
Ergänzung zum Handlungsleitfaden

Was ist zu tun? Was gilt es zu beachten? Wurde daran gedacht?	Erledigt?	Anmerkungen
<i>Untersuchung der Kommunikationskultur innerhalb der Fachbehörde:</i> • Wie sind die innerbehördlichen Kommunikationswege? • Wie stehen die Mitarbeitenden zu ihrem/r Arbeitgeber*in? (Identifikation? / Loyalität?) • Was wird gemacht, damit die Leistungs-, Handlungsfähigkeit der Mitarbeitenden gefördert wird? Wie wird die Motivation gefördert? • Wie wird die Fachbehörde auf Fehler in Fallverläufen besonders schwerer Kindeswohlgefährdung aufmerksam? Welche Fehlerkultur wird gelebt? • Reichen die vorhandenen Dokumentationsstandards aus, um Fallverläufe inhaltlich nachvollziehen zu können? • Welches Krisenbewusstsein existiert innerhalb der Fachbehörde? • Welche Risiken gehen von der internen Anspruchsgruppe aus?		

<i>Krisenteam/Krisenstab einrichten:</i> • Wer sind die Mitglieder des Krisenteams? • Welche Funktion hat jedes Mitglied? Wer spricht mit Journalist*innen? Wer ist für öffentliche Ansprachen/Berichte zuständig? • Wann und wo kommt das Krisenteam regelmäßig zusammen? • Werden Krisen geübt? Wie? • Auf welche externen Fachexperten können die Mitglieder im Bedarfsfall zurückgreifen?		
<i>Eigene Pressestelle etablieren:</i> • Wird aktive Öffentlichkeitsarbeit geleistet? Wie sieht diese aus? Was kann noch gemacht werden? Was braucht der Bezirk/die Kommune? • Wurde ein Anspruchsgruppenraster erstellt? Wer gehört zu den internen und externen Anspruchsgruppen? Wird das Raster regelmäßig überarbeitet und ergänzt? • Welches Thema/eigenes Anliegen wird wie der Öffentlichkeit vermittelt? Was soll damit erreicht werden? • Wie leistet die Kinderschutzbeförde aktive Aufklärungsarbeit zu Kindeswohlgefährdung, Risiken im Bezirk/Kommune, Elternrechte und -pflichten?		
<i>Informationsquellen nutzen und erweitern:</i> • Wer sind die Informationsquellen der Fachbehörde? Mit wem kann sich gut ausgetauscht werden? In welchem Rahmen wird sich ausgetauscht (bspw. bei Fachtagungen, Fortbildungen)? Könnte ein gemeinsamer Informationsraum geschaffen werden? Welcher? Mit wem? • Auf welche bereits laufenden Dokumente zu früheren medialen Krisen kann zurückgegriffen werden? • Welche Beobachtungen können zu den Anliegen der Adressat*innen gemacht werden?		

<i>Untersuchung der Kommunikationskultur außerhalb der Fachbehörde:</i> • Gibt es einen Dialog mit den externen Anspruchsgruppen? Wie sieht dieser aus? Was wird benötigt, um diesen herzustellen/zu verbessern? • Was sind die Anliegen/Erwartungen der Öffentlichkeit/Adressat*innen an die Fachbehörde? • Wie wird die Fachbehörde in dem Bezirk/der Kommune wahrgenommen? • Welche Risiken gehen von den externen Anspruchsgruppen aus? Werden externe Anspruchsgruppen über Risiken innerhalb der Kinderschutzarbeit informiert? • Wie erhält die Öffentlichkeit Informationen über die Fachbehörde?		
<i>Stärken und Schwächen analysieren:</i> • Was sind die Stärken und Ressourcen der Fachbehörde? Worauf kann aufgebaut werden? • Was sind die Schwächen der Fachbehörde? Wo braucht es eine Verbesserung innerhalb der Fachbehörde? Was kann nach außen hin verbessert werden?		
...		

Die Checkliste kann und sollte mit erworbenem Wissen und durch Erkenntnisse des kontinuierlichen Dialogs stetig erweitert werden.

Checkliste zu „Vorbereitungsmaßnahmen treffen“
Ergänzung zum Handlungsleitfaden

Was ist zu tun? Was gilt es zu beachten? Wurde daran gedacht?	Erledigt?	Anmerkungen
<i>Krisenkonzept entwickeln:</i> • Mitglieder des Krisenteams festlegen/ernennen • Wer trägt welche Verantwortung und Funktion? Wer ist wie und wann erreichbar? (Kontaktliste erstellen) • Was ist die Zielstellung des Krisenteams? • Wer ist zentrale/r Ansprechpartner*in für die internen und externen Anspruchsgruppen? Über welche Wege gelangen Kriseninformationen zu einem Fall von der operativen Ebene auf die strategische Ebene? • Wer entscheidet über was? • Wie werden die Informationen vom Krisenteam an die Mitarbeitenden und nach außen transportiert? Wer erhält welche Informationen? Welche medialen Nutzarten können gewählt werden, um Informationen zu teilen? • Welche Informationen liegen zu bisherigen Krisen oder aus fremden Erfahrungen vor? Welche möglichen Einstufungen von Krisenausmaßen gibt es? Wann handelt es sich um eine leichte, mittelschwere oder schwere Krise? • Welche grundlegenden Fragen könnte die Presse stellen? Wie würde darauf reagiert werden? Wie könnte der erste Auftritt erfolgen? • Wie erreicht das Krisenkonzept die Mitarbeitenden? Wo wird es intern zur Verfügung gestellt? • Wer aktualisiert das Konzept? • Welche externen Anspruchsgruppen sind wie erreichbar? (für die eigene Informationsgewinnung und den schnellen Austausch)		

Anhang

<i>Krisen- und Medientrainings durchführen:</i> • Welche Krisen- und Medientrainings werden durchgeführt? Wie oft? Wer besucht welches Training? • Braucht es Anpassungen/Nachbesprechungen im Krisenteam/unter den Mitarbeitenden nach dem Training?		
...		

Die Checkliste kann und sollte mit erworbenem Wissen und durch Erkenntnisse des kontinuierlichen Dialogs stetig erweitert werden.

Checkliste zu „Reaktion auf Krise mittels Kommunikation & Maßnahmen“
Ergänzung zum Handlungsleitfaden

Was ist zu tun? Was gilt es zu beachten? Wurde daran gedacht?	Erledigt?	Anmerkungen
<i>Kommunikationsablauf bei akutem Kriseneintritt (bspw. ein Fall besonders schwerer Kindeswohl- gefährdung gerät an die Öffentlichkeit):</i> 1. Krisenteam einberufen (Während- dessen stets dokumentieren!) 2. Klären: Was ist wann, wie und warum passiert? Welche Informationen werden dazu noch benötigt? Woher werden diese genommen (Informationsquellen nutzen)? Fallverlauf vor- nehmen/Aktendokumentationen hinzuziehen 3. Risiko und Schadensausmaß einschätzen, erste Maßnahmen ableiten 4. Inhaltliches Vorbereiten auf die anstehende Informationsweitergabe (eigenes Anliegen, notwendige Botschaften) 5. Informieren der Mitarbeitenden (je nach Ausmaß Abteilung oder gesamte Fachbe- hörde) über die Krisensituation. Über Intra- net oder persönlich? Welche Emotionalität herrscht deshalb innerhalb der Fachbehörde? Mitarbeitende darüber informieren, wie sie auf dem Laufenden gehalten werden 6. Herantreten an die Presse und Bereitstellen erster Informationen und eigene Absicht nahebringen, dass Klärung erfolgt und sich dann erneut an die Presse gewandt wird (auf kalkulierte Botschaften achten)* 7. Öffentliche Reaktionen wahrnehmen 8. Interne Klärung/Aufarbeitung des Krisen- ereignisses, Maßnahmen ableiten 9. Erneutes Herantreten an die Presse		

<i>* Bei Medienanfragen folgendes beachten:</i> • Printmedien: Welche Redaktion? Wo wird der Artikel veröffentlicht? Ggf. Artikel vor der Veröffentlichung gegenlesen • Hörfunk: Klärung wie der zeitliche Rahmen ist. Auf Vorgespräch bestehen, um zu klären, worauf ggf. nicht eingegangen werden kann; Notizzettel mitnehmen • Fernsehen: Klären, wie der zeitliche Rahmen ist. Welche Wirkung soll mit dem Auftritt erzielt werden? Worauf ist äußerlich/charakterlich zu achten? • Krise weder herunterspielen, noch leugnen; zeigen, dass Absicht der Aufklärung besteht, ggf. getroffene Maßnahmen vorstellen • Sozialdatenschutz beachten! • Umgangshinweise (siehe Handlungsleitfaden) beachten!		
...		

Die Checkliste kann und sollte mit erworbenem Wissen und durch Erkenntnisse des kontinuierlichen Dialogs stetig erweitert werden.

Checkliste zu „Auswertung der geleisteten Krisenarbeit“
Ergänzung zum Handlungsleitfaden

Was ist zu tun? Was gilt es zu beachten? Wurde daran gedacht?	Erledigt?	Anmerkungen
<i>Analysieren durch das Krisenteam und mittels Dokumentationen:</i> • Wird die Auswertung mit einem/r externen Berater*in durchgeführt? Warum? Mit wem? • Wie wurde der Krisenverlauf wahrgenommen und dokumentiert? • Welche Krisenvorbereitungsmaßnahmen haben für den akuten Krisenfall geholfen? Welche nicht? • Welche Werkzeuge, Bewältigungsstrategien und Kommunikationsansätze wurden eingesetzt? Wie haben sie funktioniert? Welche Wirkung wurde damit intern wie extern erzielt? Was hat nicht funktioniert? Woran hat das gelegen? • Meinungsbilder der Krisenverantwortlichen/ des Krisenteams, der Mitarbeitenden, der Beziehungskontakte und der externen Anspruchsgruppen einholen und auswerten (mittels Datenerhebung und -auswertung empirischer Art) • Was waren getroffene Maßnahmen im Krisenfall? • Was ist die Ursache der Krise gewesen? • Welcher Schaden ist entstanden? • Medienresonanzanalyse durchführen: Welche Mediennutzarten waren involviert? Mit welchen Medienvertreter*innen hat die Zusammenarbeit funktioniert? Welche Medienvertreter*innen werden zukünftig gemieden (aber nicht die gesamte Redaktion/Sender!)? Welche Wirkung hat die Presse in der Öffentlichkeit erzielt? Wurden die Informationen wahrheitsgetreu oder verfälscht durch die Medienvertreter*innen der Öffentlichkeit vermittelt? • Welche neuen Kontakte sind entstanden? Gelang die Zusammenarbeit mit den bereits geknüpften Kontakten?		

• Welche innerbehördlichen Anpassungen braucht es zukünftig? (Gesamte Behörde? Einzelne Abteilungen?) Wie werden die Veränderungen umgesetzt? Sind es strukturelle, prozessuale oder personelle Veränderungen? • Braucht es ein wiederholtes Krisen- und Medientraining? • Auswertung des Zusammenwirkens im Krisenteam: Hat das Krisenteam seine Aufgabe erfüllt? Braucht es Anpassungen im Krisenteam (strukturell, prozessual, personell)? Sind Funktionen noch unklar? Welche? Sind Verantwortlichkeiten ungünstig festgelegt? Braucht es Nachschulungen? Welche?		
<i>Lernen:</i> • Welche neuen Erkenntnisse wurden durch die Krise gewonnen? • Welche behördlichen Stärken und Schwächen wurden durch die Krise erkennbar? • Wie wird das Wissen zukünftig in die Behördenstruktur verankert? • Was soll beim nächsten Mal genauso oder besser ablaufen? • Welche neuen Risiken sind durch die Krise entstanden (Ständig weiter beobachten!)? Welche Chancen haben sich ergeben? • Welche internen sowie externen Auswirkungen haben die Veränderungen, die durch die Krise entstanden sind? • Anpassung und Erweiterung des Krisenkonzeptes vornehmen • <i>Abschlussbericht</i> dokumentieren und für alle Mitarbeitenden sowie Verantwortlichen intern zugänglich hinterlegen		
...		

Die Checkliste kann und sollte mit erworbenem Wissen und durch Erkenntnisse des kontinuierlichen Dialogs stetig erweitert werden.

