

[twitter](#)[facebook](#)[linkedin](#)[youtube](#)

28.10.2019

## EX-POST-BEITRAG

RAN C&N – Kommunikation nach einem Anschlag, 1.–  
2. Oktober 2019,  
Lissabon, Portugal

# Kommunikation nach einem Anschlag

Mit der Prävention und Bekämpfung von gewaltbereitem Extremismus (P/CVE) wird terroristischen und anderen extremistischen Strategien entgegengewirkt. Durch diese Arbeit soll auch ein Verständnis dafür entwickelt werden, in welchem Kontext Kommunikation nach einem Anschlag stattfindet und wie sie wirksam zu gestalten ist. Mehr noch als in anderen Bereichen von P/CVE ist dies eine Herausforderung, die die Zusammenarbeit verschiedener Akteure erfordert. In die Arbeit einzubeziehen sind Staats- und Regionalregierungen sowie überstaatliche Organisationen, zivilgesellschaftliche Körperschaften, traditionelle wie neue Medien, die Polizei sowie praktisch Tätige aus dem Bereich der strategischen Kommunikation. Ziel des vorliegenden Beitrags ist es daher, den unterschiedlichen Perspektiven der verschiedenen beteiligten Stellen gerecht zu werden und eine Brücke zwischen diesen zu schlagen sowie den Austausch bewährter Praktiken zwischen ihnen zu fördern. Er soll außerdem den weiteren Partnern des Radicalisation Awareness Network (RAN) Leitlinien zur effektiven Kommunikation zur Verfügung stellen. In diesem Beitrag wird beleuchtet, wie Medien und andere Kommunikationsmittel in Reaktion auf einen Anschlag strategisch eingesetzt werden können, welche Praktiken sich im Kontext großer Terroranschläge bewährt haben bzw. welche Lehren sich aus diesen ziehen lassen und welche Rolle die verschiedenen betroffenen Akteure dabei spielen. Aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen werden weitere Empfehlungen und Lösungen für diesen Bereich vorgeschlagen.

# Kommunikation nach einem Anschlag

## Das Kernproblem

*„Terroristen wollen eine Bühne: Das Hauptziel ist Aufmerksamkeit, nicht Zerstörung.“<sup>(1)</sup>*

Mit dieser Aussage weist der Wissenschaftler und Terrorismusexperte Brian Jenkins auf den Umstand hin, dass Terrororganisationen Gewaltakte nicht in erster Linie verüben, um zu morden, sondern mit dem strategischen und ideologisch motivierten Ziel, Angst zu schüren oder politische Änderungen zu erwirken. Dies gelingt ihnen nur, wenn ihr Anschlag in der Gesellschaft ein Echo auslöst und in den folgenden Stunden und Tagen in den Medien stark präsent ist. Wer einen Terrorakt verübt, ist sich bewusst, welche menschlichen wie medialen Reaktionen dieser hervorruft. Je spektakulärer und symbolträchtiger die Tat und je höher die Zahl der Todesopfer, desto stärker wird auch die Überreaktion der Regierungen und der strategische Effekt auf die Bevölkerung ausfallen. TerroristInnen wenden nach einem Anschlag gekonnt Kommunikationsstrategien an. Nicht außer Acht zu lassen ist außerdem, dass auch ExtremistInnen, die nicht selbst an der Planung oder Ausführung des Anschlags beteiligt waren, diesen für ihre eigene Ziele nutzen.

Viele verschiedene Akteure und Interessengruppen, deren Ziel die Prävention und Bekämpfung von gewaltbereitem Extremismus ist, werden sich nach einem Anschlag öffentlich zu diesem äußern: Polizei, JournalistInnen, Kommunen, praktisch Tätige, die allgemeine Öffentlichkeit und andere. Zu beachten ist, dass jede dieser Gruppen mit ihren Äußerungen unterschiedliche Ziele verfolgt und die Botschaften, BotschafterInnen, genutzten Medien und getätigten Handlungsaufrufe daher unterschiedlich sind.

## Die strategische Dimension der Kommunikation nach einem Anschlag

Mit P/CVE wird terroristischen und anderen extremistischen Strategien entgegengewirkt. Durch diese Arbeit soll auch ein Verständnis dafür entwickelt werden, in welchem Kontext Kommunikation nach einem Anschlag stattfindet und wie sie wirksam zu gestalten ist.

Frühere Anschläge wie die vom 11. September 2001 auf das New Yorker World Trade Center oder die vom 11. März 2004 in Madrid dienten der Organisation Al-Qaida zur Durchsetzung politischer Ziele. Mit dem Anschlägen des 11. Septembers wollte Al-Qaida den Westen in einen Krieg gegen den Terror verwickeln und insbesondere die USA dazu verleiten, sich an Konflikten in Afghanistan und dem Irak zu beteiligen. Es war absehbar, dass dies die US-Truppen stark beanspruchen und gleichzeitig in der anfälligen Bevölkerung die Radikalisierung vorantreiben würde. Mit dem Anschlag, den Al-Qaida in Madrid im Jahr 2004 wenige Tage vor den spanischen Parlamentswahlen verübte, wollte die Organisation die spanischen WählerInnen zum Wählen einer Partei bewegen, die Spaniens Rückzug aus dem Irak-Krieg in die Wege leiten würde.

---

<sup>(1)</sup> Jenkins, B. M. (1974). *International terrorism: A new kind of warfare*. Santa Monica, CA: The Rand Corporation. Abgerufen von <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2008/P5261.pdf>

Der Islamische Staat, durch den die jüngsten Anschläge verübt wurden, hat demgegenüber einen Strategiewechsel vollzogen: Seine Anschläge sollten dazu führen, dass sich die westliche Bevölkerung stärker radikalisiert und sich mehr Menschen dem IS als ausländische KämpferInnen anschließen, wodurch das angestrebte Kalifat in Syrien verwirklicht werden kann. Sein Ziel war es, radikalisierten BürgerInnen westlicher Staaten die Mittel zur Verübung eines Anschlags in die Hand zu geben und außerdem für den Zündstoff zu sorgen, der entsprechende Absichten schürt. Ein Krieg der Kulturen sollte ausgelöst werden, in dem nicht-muslimische Gesellschaften alle MuslimInnen als TerroristInnen einstufen und damit deren Radikalisierung herbeiführen. Außerdem sollten westliche Regierungen dazu verleitet werden, ihre liberalen und demokratischen Grundsätze aufzugeben und drakonische Strafen einzuführen und damit ähnliche Reaktionen auszulösen <sup>(2)</sup>.

#### **Fallstudie – schädliche Einflussnahme nach einem Anschlag**

**Die Kommunikation nach den Anschlägen im Londoner Stadtteil Westminster im Jahr 2017 eignet sich hervorragend zur Demonstration der komplexen Kommunikationsbedingungen, die in einem solchen Fall zu berücksichtigen sind. Dieser Anschlag wurde durch den dschihadistischen Terroristen Khalid Masood verübt. Er fuhr mit seinem Auto in eine Menschenmenge auf der Westminster Bridge und erstach anschließend den Polizisten Keith Palmer auf dem Gelände des Palace of Westminster. Insgesamt kamen bei dem Anschlag fünf Menschen ums Leben, sechs weitere wurden verletzt. Heute können wir den Weg des Täters in den Extremismus nachvollziehen. Wichtige Stationen bilden seine Konvertierung zum Islam, sein Gefängnisaufenthalt, seine Ausbildung in Saudi-Arabien und seine wachsende Obsession mit der Nahostpolitik des Westens. Betrachtet man die Kommunikation 72 Stunden vor und nach dem Anschlag, lassen sich interessante Zusammenhänge herstellen in Bezug auf die Interessen, für welche sie genutzt und instrumentalisiert wird:**

- **Vor dem Anschlag sendete der Dschihadist seinen Kontakten über WhatsApp ein Manifest, in dem er seinen Einsatz für den Dschihadismus begründete und Missstände der westlichen Außenpolitik anprangerte. Sein Handeln diene in erster Linie strategischen Zielen, unabhängig von der tatsächlichen Wirksamkeit.**
- **Innerhalb von 24 Stunden gab der Islamische Staat eine Erklärung ab, nach der es sich bei dem Täter um einen Soldaten des Kalifats gehandelt habe. Eine Verbindung zwischen Khalid Masood und dem Islamischen Staat konnte jedoch nie nachgewiesen werden. Dieses Bekennen zu dem Anschlag diene ebenso strategischen Zielen; ob tatsächlich eines seiner Mitglieder für ihn verantwortlich war, war für den Islamischen Staat nachrangig.**
- **Nur 2 Stunden nach dem Anschlag war der Rechtsextremist Tommy Robinson nach Westminster gekommen, wo er in einem Livestream seine Sicht auf die Tat erklärte. Dabei machte er in seiner üblichen Rhetorik den Islam als Religion verantwortlich und nicht die politisierte Ideologie des Islamismus oder die Handlungen eines Einzeltäters. Auch er wollte strategischen Nutzen aus der terroristischen Straftat ziehen, auch wenn sie im Namen einer Ideologie verübt wurde, die der seinigen entgegengesetzt war.**
- **Bereits 24 Stunden nach dem Anschlag kursierte im Internet ein millionenfach aufgerufenes Foto einer Passantin im Hijab, begleitet von dem Narrativ, dass MuslimInnen vor dem Terrorismus die Augen verschlössen und sich so in gewisser Weise mitschuldig machten. In der Folgezeit konnte nachgewiesen werden, dass russische Staatsmedien, unterstützt von einer russischen Trollfabrik, bei der Verbreitung dieses Bildes ihre Hände im Spiel hatten. Sie war Teil einer Desinformationskampagne. Auch sie nutzten diesen Vorfall, der sich 3 000 km entfernt zutrug, für ihre eigenen Zwecke.**

<sup>(2)</sup> Russell, J. (2016). *Le Monde's leadership against Daesh propaganda of the deed*. The Global Coalition against Daesh. Abgerufen von <https://theglobalcoalition.org/en/le-mondes-leadership-against-daesh-propaganda-of-the-deed/>

Dieser Anschlag kann für viele Zwecke als umfassende Fallstudie zu diesem Thema genutzt werden, mit deren Hilfe praktisch Tätige gesellschaftliche Dynamiken in ihrer Gesamtheit nachvollziehen und auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen aufbauend eine eigene Kommunikationsstrategie entwerfen können. Dabei ist jedoch zu beachten, dass sich gesellschaftliche Kommunikation in ständigem Wandel befindet. Ein neues Phänomen ist beispielsweise, dass Anschläge von den TäterInnen gefilmt und live an tausende Follower gestreamt werden, wie es bei den Anschlägen von Christchurch im Jahr 2019 der Fall war <sup>(3)</sup>.

Betrachtet man sämtliche jüngere Terrorakte und die politischen, gesellschaftlichen und medialen Reaktionen, die sie auslösten, wird ein Muster erkennbar. Die Anstrengungen der betroffenen Staaten konzentrieren sich darauf, die Kontrolle wiederherzustellen und damit das Vertrauen in ihre Sicherheitspolitik zu stärken und die Ängste der Bevölkerung zu mildern. Innerhalb der betroffenen Bevölkerung bestimmen Angst und Wut die Reaktionen der Menschen. Die Medienberichterstattung ist oft von Schuldzuweisungen, von reißerischen Enthüllungen und dem Versuch geprägt, aus Informationsbruchstücken ein Bild der Tat und ihrer Hintergründe zusammenzusetzen. Wie fallen die Reaktionen in den sozialen Netzwerken aus? Hier finden wir ein Nebeneinander aller der oben genannten Reaktionen, wobei das Gesamtbild nicht konstant ist, sondern sich mit zunehmendem zeitlichen Abstand zu dem Anschlag wandelt. Auffallend ist die in Folge eines dschihadistischen Terroranschlags in der Regel schlagartige Zunahme islamfeindlicher Äußerungen in sozialen Netzwerken.

Sowohl große Medienunternehmen als auch die Betreiber sozialer Netzwerke wurden in den letzten Jahren heftig dafür kritisiert, TerroristInnen eine Kommunikationsplattform zu bieten. Bereits zu Beginn der 2000er-Jahre stand der Sender Al Jazeera aufgrund der Art und Weise, in der er die Bekennerstatements von Al-Qaida vortragen ließ, in der Kritik. Ihm wurde unterstellt, mit den TerroristInnen in Kontakt zu stehen oder deren Ziele und ideologischen Ansichten gutzuheißen. Jüngere Debatten drehen sich darum, inwiefern Nachrichtenwebsites dem Islamischen Staat Schützenhilfe leisten, indem sie dessen Videos bereitstellen <sup>(4)</sup>. Dass sowohl DschihadistInnen als auch RechtsextremistInnen ihre Ideologie gerne mithilfe moderner Technik und sozialer Medien verbreiten, ist bekannt. Die Betreiber von Social-Media-Plattformen befassen sich daher seit langem mit Strategien, ihr Angebot wirksam zu überwachen und so zu verhindern, dass TerroristInnen das Internet für ihre Zwecke nutzen.

---

<sup>(3)</sup> Facebook. (2019). *Combating hate and extremism*. Abgerufen von <https://newsroom.fb.com/news/2019/09/combating-hate-and-extremism/>

<sup>(4)</sup> Marthoz, J. P. (2017). *Terrorism and the media: A handbook for journalists*. Paris, Frankreich: UNESCO. Abgerufen von <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247074>

### Fallstudie – andere Formen der Einflussnahme nach einem Anschlag

**Neben den oben beschriebenen Gruppen, die auf schädliche Weise Einfluss zu nehmen versuchen, melden sich nach einem Anschlag auch weitere Akteure zu Wort, sodass die entsprechenden Zielgruppen auch mit weiteren Informationsquellen in Berührung kommen:**

- **Wie alle Nachrichtenunternehmen berichtete auch der britische Sender Channel 4 von dem Vorfall. Allerdings führte das Bestreben, die Nachricht als erster Sender zu verbreiten, zu der Falschmeldung, bei dem Täter habe es sich um den bereits bekannten Al-Muhajiroun-Anhänger Abu Izzadeen gehandelt. Später wurde jedoch bekannt, dass Izzadeen den Anschlag nicht verübt haben konnte, da er sich zum Zeitpunkt des Anschlags im Gefängnis befunden hatte. An diesem Beispiel wird deutlich, welche Probleme es mit sich bringt, wenn Meldungen auf Grundlage unzureichender Informationen veröffentlicht werden und wie die Sachzwänge der Situation die unbeabsichtigte Verbreitung von Fehlinformationen zur Folge haben können.**
- **Auch verschiedene offizielle Stimmen meldeten sich zu Wort: Premierminister und Oppositionsführer kondolierten den Opfern, sprachen den Notfalldiensten ihren Dank aus und beschworen die Bevölkerung zu nationalem Zusammenhalt. Diesem Zweck diente auch die durch den Londoner Bürgermeister und verschiedene Führungspersonlichkeiten ökumenischer Organisationen abgehaltene Mahnwache, bei der Kerzen zum Gedenken an die Anschlagsoffer angezündet wurden.**
- **Die Führungsriege der Metropolitan Police erteilte klare Auskünfte über den Anschlag und die zu seiner Aufklärung durchgeführten Ermittlungen, um so den Londoner BürgerInnen Sicherheit zu vermitteln. Sie veröffentlichte eine Pressemitteilung und gab auch über ihre Social-Media-Kanäle Informationen**

Neben den genannten Stellen sind auch Organisationen der Zivilgesellschaft, die im Bereich P/CVE tätig sind, an der Kommunikation nach einem Anschlag beteiligt. Viele von ihnen kommentieren das Geschehene in traditionellen Print- und Rundfunkmedien. Darüber hinaus äußern sich die entsprechenden Stellen auch über ihre eigenen Social-Media-Kanäle. Einige Organisationen arbeiten mit der Regierung zusammen, andere setzen bei ihrer Arbeit andere Schwerpunkte. Auch in Bezug auf zivilgesellschaftliche Gruppen ergibt die Dynamik der Kommunikation nach einem Anschlag ein äußerst komplexes Bild, die unten stehenden Empfehlungen sind daher für den jeweiligen Kontext anzupassen.

### **Erfolgreiche Kommunikation nach einem Vorfall**

Keine zwei Terroranschläge sind gleich. Es lassen sich jedoch einige allgemeingültige Regeln dafür ableiten, wie auf sie zu reagieren ist. Diese Empfehlungen beziehen sich auf den Umgang mit dem bestehenden Zeitdruck und mit der Unzulänglichkeit verfügbarer Ressourcen, auf das strategische Vorgehen angesichts lückenhafter Informationen und auf die Reaktion auf hochkochende Emotionen.

Allein die Kenntnis und das Verständnis der oben vorgestellten Probleme sowie der je nach Kontext unterschiedlichen Dynamik und das Bewusstsein für relevante Fragestellungen

helfen praktisch Tätigen in ihrer Arbeit bereits weiter. Um effektiv kommunizieren zu können, sind jedoch auch Vorbereitung und Kompetenzentwicklung von großer Bedeutung<sup>(5)</sup>. Die nachfolgenden allgemeinen Empfehlungen lassen sich daher in zwei Hauptabschnitte gliedern: **Planung und Zusammenarbeit** und **Kommunikation**. Wo erforderlich, werden spezifische Empfehlungen für weitere Bereiche ausgesprochen.

## PLANUNG UND ZUSAMMENARBEIT

- Ein guter Plan setzt nicht ausschließlich auf strategische Kommunikation, sondern lässt auch die Krisenkommunikation nicht außer Acht. Auch wenn der Plan einem einfachen Narrativ folgt und nur einige Formulierungsentwürfe für den Krisenfall bereithält, ist dies besser als gar keine Vorsorge getroffen zu haben. Im Krisenfall müssen lokale Behörden ihre Kommunikation mit der Öffentlichkeit stärker selbst in die Hand nehmen als sonst und müssen sich auch darauf einstellen, dass mehr Menschen auf ihre Informationen zugreifen als üblich. Dies kann zu Ressourcenengpässen und unerwarteten Schwierigkeiten wie der Überlastung einer Website führen. Auch solche Aspekte gilt es in einem Kommunikationsplan für Krisenfälle zu beachten. **Alle relevanten Akteure des P/CVE-Sektors sollten sich proaktiv mit möglichen Notfallszenarien auseinandersetzen und im Vorhinein einen Plan aufstellen, der auch eine geeignete Kommunikationsstrategie umfasst. Auch praktisch Tätige, deren Arbeit im Bereich der Kommunikation angesiedelt ist und etwa Kampagnen zur Verbreitung von Gegennarrativen durchführen, sollten eine Kommunikationsstrategie für den Krisenfall entwerfen.** Wenn Sie für Ihre Kommunikationsstrategie kein klares Ziel formulieren, wird Ihre Botschaft wahrscheinlich nicht die gewünschte Wirkung haben. **Nähere Informationen finden Sie im Abschnitt zu GAMMA+ unten sowie in dem informativen Beitrag von SAFE-COMMS<sup>(6)</sup>.**
- Bestehen bereits hierarchieübergreifende Beziehungen, ist der Informationsfluss zwischen verschiedenen Ebenen sichergestellt, wodurch diese ihr Vorgehen miteinander abstimmen und die richtigen VertreterInnen zu Wort kommen lassen können. Dies sowie die Erstellung eines Aktionsplans, in dem alle Kommunikationswege klar bestimmt sind, ist erfolgsentscheidend. In der Not findet man keine Freunde. Wichtige Partnerschaften müssen daher in guten Zeiten geschlossen werden. **Ermitteln Sie vorausschauend, welche Partnerschaften (beispielsweise mit der Polizei, lokalen Institutionen, lokalen Gemeinschaften und MedienvertreterInnen) im Falle einer Krise von Bedeutung sind, und knüpfen Sie diese im Vorhinein: Während einer Krise ist es schwierig, eine Vertrauensbasis herzustellen. Sprechen Sie Krisenszenarien mit ihren Partnern durch; so stellen Sie sicher, dass alle Beteiligten ähnliche Vorstellungen haben.** Die Aufarbeitung eines Anschlags funktioniert dort am besten, wo sie schnell erfolgt. Das gelingt aber nur, wenn die betroffenen Stellen eng kooperieren.
- Auch der **örtlichen Zivilbevölkerung** sollte Raum gegeben werden; sie kann eine wichtige Botschafterrolle einnehmen. Wenn Personen der Zivilgesellschaft auf Grundlage

---

<sup>(5)</sup> Reed, A. & Ingram, H. J. (2019). *Towards a framework for post-terrorist incident communications strategies*. Den Haag, Niederlande: International Centre for Counter-Terrorism. Abgerufen von <https://icct.nl/publication/towards-a-framework-for-post-terrorist-incident-communications-strategies/>

<sup>(6)</sup> Shpiro, S., Díaz Fernández, A. M. Hargie, O., Nikolov Madzharov, S., Möhrle, H. & Nomikos, J. (2011). *Handbuch der SAFE-COMMS-Projektgruppe zur Krisenkommunikation im Fall eines terroristischen Anschlags für öffentliche Institutionen und Behörden vom März 2011*. Abgerufen von <https://faculty.biu.ac.il/~sshpiro/pdf/SafeComms%20Manual%20-%20German.pdf>

eigener Kenntnisse argumentieren, verleiht ihnen das Glaubwürdigkeit. Ihre Aussagen bilden somit ein wertvolles Gegennarrativ zu Propaganda.

- Vergessen Sie nie, dass Terror und Kommunikation in einer Wechselbeziehung zueinander stehen und Anschläge stets die Bedeutung haben, die wir ihnen zumessen. Versuchen Sie auch, die Perspektive der Medien einzunehmen, die vor der Schwierigkeit stehen könnten, eine Entscheidung in Bezug auf Art und Umfang ihrer Berichterstattung zu Terroranschlägen zu treffen. JournalistInnen sollten sich die Frage stellen, weshalb ihre Berichterstattung von Bedeutung ist und wie sie mit ihr auf die Gesellschaft Einfluss nehmen können. Indem sie ausgewogen und wahrheitsgemäß über die Tat berichten, auf Hintergründe eingehen und **positiven Geschichten** zu Aufmerksamkeit verhelfen, können sie Auswirkung terroristischer Taten auf die Kommunikationskulisse gering halten. Außerdem sollten sie die Zusammenarbeit mit anderen wichtigen Akteuren suchen. Betreiber sozialer Medien befassen sich außerdem mit dem folgenden Aspekt: Durch aktuell bestehende und zukünftige Partnerschaften zwischen Regierungen und Unternehmen der Tech-Branche kann verhindert werden, dass extremistische Inhalte (die beispielsweise wie im Falle des Anschlags von Christchurch durch den Verübenden selbst online gestellt werden) sich stark verbreiten.

#### **Fallstudie – Kommunikation nach einem Anschlag**

**Nach dem dschihadistischen Terroranschlag auf die Manchester Arena mussten die lokalen Behörden schnell reagieren. Da sie zuvor einen Krisenkommunikationsplan entworfen und erprobt hatten, waren sie dabei sehr erfolgreich. Der Plan konnte reibungslos umgesetzt werden, was ohne die bereits gefestigten Beziehungen zu Polizei und Bürgermeister nicht der Fall gewesen wäre. So verfolgten sie eine sektorübergreifend einheitliche Kommunikationsstrategie mit durchgängigem Narrativ und homogenem Sprachstil. Zentrale Botschaften konnten so bekräftigt und in einen festen Bezugsrahmen eingebettet werden.**

**Der gemeinsam vertretene Grundsatz war immer, dass *Aufarbeitung am besten wirkt, wenn sie schnell erfolgt*. Diese Überzeugung lag ihrer Kommunikationsstrategie zugrunde. Sie entscheiden sich außerdem dafür, der Gewalttat in ihrer Kommunikation Friedfertigkeit und Gemeinschaftssinn entgegenzusetzen. Nach dem Anschlag nahm die Islamophobie kurzfristig stark zu, ebenso die Zahl der durch Hass motivierten Straftaten. Die positiven Gegennarrative konnten der Gewaltbereitschaft jedoch erfolgreich entgegenwirken. Sie entschieden sich gegen den Einbezug der möglicherweise auf Spaltung ausgelegten Botschaften von PolitikerInnen. Stattdessen ließen sie VertreterInnen verschiedener Glaubensgemeinschaften und gesellschaftlicher Gruppen ebenso zu Wort kommen wie SprecherInnen der Notfalldienste und gaben der Stadt auch eine Möglichkeit, durch Mahnwachen und andere Veranstaltungen, die mit kurzem zeitlichen Abstand zu dem Anschlag abgehalten wurden, den zivilgesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken. Auch das Manchester City Council schloss sich der Strategie zur Stärkung der Zivilgesellschaft an. Die Botschaft und die mit ihr verbundenen Zeichen der Solidarität wurden positiv von der Bevölkerung aufgenommen. Auch viele andere in Folge des Anschlags ins Leben gerufene Kampagnen und Aktivitäten folgten dieser Kommunikationsstrategie, obwohl sie nicht an sie gebunden waren. Dabei handelte es sich um Aktivitäten, die innerhalb verschiedener Gemeinden eigenständig auf die Beine gestellt worden waren und vom Council lediglich unterstützt, nicht jedoch koordiniert wurden.**

Die Zusammenarbeit mit der Lokalpresse bereitete dem Council keine Schwierigkeiten. Nach einem auf das Konzert eines amerikanischen Popstars folgenden Anschlag auf das Vorgehen nationaler und internationaler Medien zu reagieren, stellte sie jedoch vor ungekannte Herausforderungen. Manche Medien torpedierten den von ihm gewählten Krisenkommunikationsansatz durch den Kurs, den sie einschlugen: Beispielsweise fand das Council am Morgen nach der Mahnwache eine große Anzahl an Sendewagen vor seinem Büro vor. Kurze Zeit später druckte die New York Times Bilder des Detonationsgeräts ab sowie eine Meldung zu den Geschehnissen, die sich im Foyer zugetragen hatten. Das Council verbreitete Informationen in den sozialen Netzwerken, woraufhin eine nicht zu bewältigende Flut an Nachrichten auf es hereinbrach. Auf Twitter fielen die Reaktionen im Allgemeinen freundlicher aus als auf Facebook. Die Website des Councils erwarb sich den Ruf einer verlässlichen Informationsquelle und verzeichnete einen so hohen Besucheransturm, dass sie zusammenbrach. Ein entscheidender Faktor war auch das Kondolenzbuch, über das die Menschen ihrer Trauer Ausdruck verleihen konnten.

- Stellen Sie sicher, dass Sie im Krisenfall ein ausreichend großes **Team, das speziell für die Kommunikation zuständig ist**, bereitstellen können, welches **angemessen unterstützt und auch nachbetreut wird**.
- Als MedienvertreterIn sollten Sie darauf achten, dass Ihre Berichterstattung **fair und ausgewogen** ist. Dabei kann es hilfreich sein, einer bestimmten Person die Verantwortung für Themen aus dem Bereich P/CVE zu übertragen. Falls Sie über ein Ereignis nicht genau Bescheid wissen, **sollten Sie ruhig, sachlich und empathisch auftreten** und sich nicht zu Interpretationen hinreißen lassen. Falls Sie über einen Terroranschlag berichten, empfiehlt es sich, **die Kommentarspalte zu schließen**, da dort oft sehr unangemessene Reaktionen zu finden sind. JournalistInnen, die über Terroranschläge berichten, sollten ihren Account in dem sozialen Netzwerk, in dem sie ihre Nachrichten verbreiten, **verifizieren**. So vermeiden Sie eine Sperrung des Accounts durch den Betreiber. Sie sollten darauf achten, nicht unfreiwillig zur Verbreitung extremistischer Inhalte beizutragen. Beispielsweise sollten sie keine durch die betreffenden Terrororganisationen zu Propagandazwecken verwendeten Bilder und Videos zeigen oder Links zu terroristischen Manifesten posten, zum einen, da entsprechende Inhalte mit hoher Wahrscheinlichkeit als extremistisch erkannt und gelöscht werden, und zum anderen, weil dies unweigerlich den Zielen der TerroristInnen dient.
- Auch Regierungen sollten sich ihrer Rolle sowie der Vorteile einer Vernetzung mit anderen Akteuren bewusst werden. Oft findet ihre Arbeit abgeschlossen von der Außenwelt statt; **der offene Austausch mit Medienunternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen ist nach einem Anschlag jedoch von großer Bedeutung, auch, weil damit gegenüber der allgemeinen Bevölkerung sowie gefährdeten Gemeinschaften Geschlossenheit demonstriert und ein einheitliches Narrativ vertreten werden kann**.

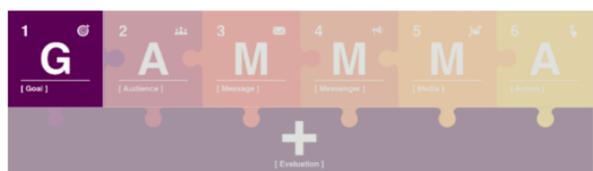
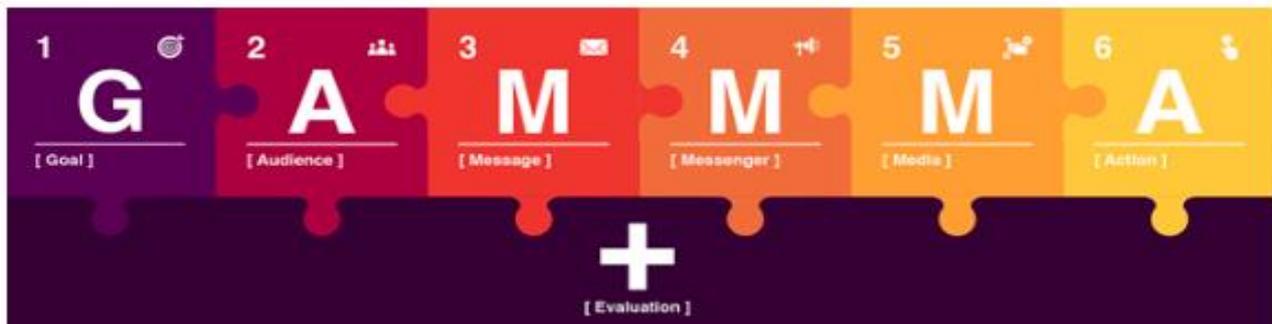
## KOMMUNIKATION

- **Machen Sie sich bewusst, dass nicht nur Sie mit der Bevölkerung in Kontakt treten**; in Folge eines Anschlags wird sie auch vielen schädlichen Einflüssen ausgesetzt sein, deren Urheber versuchen, sich bei ihr Gehör zu verschaffen und sie zu polarisieren. Machen Sie sich mit den Kommunikationsansätzen anderer positiver Akteure vertraut, damit Sie Ihre Arbeit mit deren Bemühungen verzahnen und so innerhalb des Gesamtkonzepts noch wirkungsvoller einbringen können.

- Das richtige Timing ist von großer Bedeutung. Um Stabilität herzustellen und das Vertrauen der BürgerInnen zu gewinnen, müssen Regierungen in ihrer Kommunikation mit der Bevölkerung **schnell** und dabei **transparent** und sachlich aufklären, wobei sie sicherstellen müssen, dass ihre Informationen **fundierte** sind und sie nicht versehentlich Falschmeldungen verbreiten. Diesen unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden, kann sie vor große Herausforderungen stellen. Die drei oben genannten Aspekte gelten auch für andere Akteure, die im Bereich des Krisenmanagements tätig sind.
- Es ist kein Muss, mit Äußerungen an die Öffentlichkeit zu treten. Sie könnten sich beispielsweise dazu entschließen, mit einer Äußerung zu einem Anschlag zu warten, bis genauere Informationen zum Motiv des Täters bzw. der Täterin vorliegen. Sie sollten sich jedoch darüber im Klaren darüber sein, dass auch das Unterlassen von Kommunikation Folgen hat. Falls Sie sich also zum Beispiel dazu entschließen, sich erst bei Vorliegen näherer Informationen öffentlich zu äußern, entsteht dadurch ein Vakuum – welches unter Umständen durch Akteure gefüllt wird, die weniger ehrliche Absichten haben als Sie und deren Botschaften Ihren Zielen entgegenwirken. **Deshalb sollten Sie Ihrem Zielpublikum bei ungenauer Informationslage mitteilen, dass Sie an dem betreffenden Problem arbeiten und zu einem späteren Zeitpunkt nähere Auskünfte geben werden.**
- Glaubwürdigkeit erzielen Sie dabei, wenn zwischen Ankündigung und Ausführung einer Handlung nur ein kurzer zeitlicher Abstand liegt. Die richtige Kommunikation ist zwar kein Allheilmittel, sie kann innerhalb einer Maßnahme jedoch eine wichtige Rolle einnehmen. Das wurde erst kürzlich im Zusammenhang mit dem Anschlag des Jahres 2019 in Christchurch deutlich: Die als Reaktion auf diesen Anschlag ergriffenen Kommunikationsmaßnahmen verliefen sehr erfolgreich. Das war auch darauf zurückzuführen, dass sie in den weiteren Kommunikationsansatz zur Stärkung des gesellschaftlichen Zusammenhalts, den Neuseeland seit 2 Jahren verfolgt, eingebettet waren. Bedenken Sie, welche unterschiedlichen Personengruppen Ihre Botschaft erreicht, und insbesondere, wie sie durch radikalierungsgefährdete Gruppen aufgenommen werden könnte. Oft bedenken Akteure nicht, welche Wirkung ihre Worte haben können. Wenn Sie Äußerungen machen, die nicht mit den Erfahrungen Ihres Publikums im Einklang stehen, wird dieses Sie nicht als authentisch empfinden. **Ihre Krisenkommunikation sollte sich daher in Ihre allgemeine Strategie und Ihr allgemeines Narrativ einfügen.**
- Behörden sehen ihre Aufgabe meist in erster Linie darin, die Öffentlichkeit über einen Vorfall sowie darüber zu informieren, wie sie ihn aufklären und die Ordnung wiederherstellen werden. Es ist möglich, dass sie in diesen Aussagen die Tat verurteilen und den Opfern ihr Mitgefühl aussprechen. Es ist jedoch ratsam, **den Kommunikationsansatz an die öffentliche Stimmung anzupassen, um sicherzustellen, dass er auch die beabsichtigte Wirkung erzielt.**

## GAMMMA+-Modell

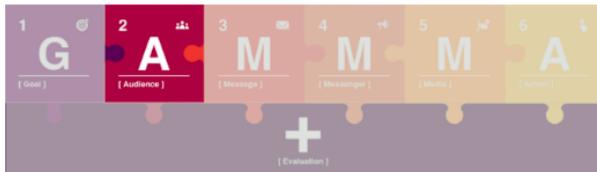
Berücksichtigen Sie für Ihre Kommunikation nach einem Anschlag das GAMMMA+-Modell (nähere Informationen über das GAMMMA+-Modell finden Sie [hier](#)). Mit diesem Modell können Sie systematisch erfassen, in welchem Zusammenhang Ziel, Zielpublikum, Botschaft, Botschafter, Medium und Handlungsaufwurf in Ihrem Kommunikationsansatz stehen sollen.



### GOAL

*What do you really want to achieve? What are your objectives? What is your intervention plan?*

- Bauen Sie Ihren Ansatz auf Ihrem Kommunikationsziel auf und machen Sie sich bewusst, wie es sich auf die Gesamtstruktur Ihres Ansatzes auswirkt, wenn es sich von dem vorheriger Ansätze unterscheidet.
- Das Ziel kann beispielsweise darin bestehen, Vertrauen aufzubauen, ein Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen oder die Resilienz zu stärken.
- Das zur Reaktion auf ein Ereignis gewählte Narrativ kann sich auf das allgemeine Narrativ auswirken, das dem Narrativ gewaltbereiter ExtremistInnen entgegengesetzt wird. Während der ersten 48–72 Stunden nach einem Anschlag, dem Zeitraum, in dem die Anfälligkeit der Bevölkerung am höchsten ist, kann das Narrativ noch angepasst werden, ebenso mittel- und langfristig, wenn sich der allgemeine Ton der Debatte verändert hat.



## AUDIENCE

*What are the key characteristics of your audience? What are they thinking and how do they behave? In what context are they living? What language do they use? Why would they interact with you?*

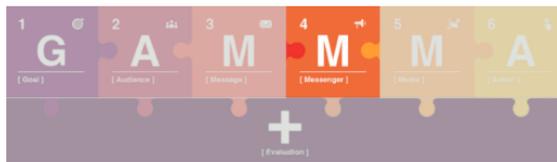
- Direkt nach einem Anschlag erreichen Sie mehr Menschen als zu jedem anderen Zeitpunkt.
- Sie werden einen größeren Querschnitt der Bevölkerung erreichen als bei anderen Aktivitäten im P/CVE-Bereich.
- Unterteilen Sie Ihr Zielpublikum in mehrere Segmente und passen Sie Ihre Botschaft für jedes dieser Segmente individuell an.



## MESSAGE

*How do you ensure that your target audience adheres to your message?*

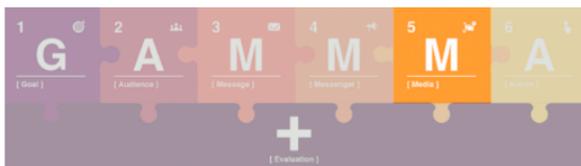
- Je klarer Ihre Botschaft, desto stärker ihre Wirkung.
- Richten Sie keinen Schaden an: Achten Sie darauf, dass Sie nicht zur Stigmatisierung von Gemeinschaften beitragen, für die diese Gefahr besteht. Verwenden Sie nicht die Botschaften, die Sprache oder die Bilder der TerroristInnen.
- Achten Sie darauf, dass Ihre Aussagen und Ihr Handeln Hand in Hand gehen; nur so wirken Sie glaubwürdig. Achten Sie dabei auch auf die Feinheiten, die im Umgang mit Ihrem Publikum entscheidend sind.
- Ihre Botschaften sollten an Ihren Zielen ausgerichtet sein. Der Fokus sollte dabei auf dem Gedenken an die Opfer und der Stärkung des Zusammenhalts liegen, nicht auf Analysen oder Spekulationen zu den Ursachen oder der Motivation für den Anschlag; hüten Sie sich vor Schuldzuweisungen.
- Achten Sie darauf, den richtigen Ton anzuschlagen und den passenden Zeitpunkt für eine Meldung zu wählen (ggf. indem Sie auf die Veröffentlichung anderer Meldungen verzichten).
- Machen Sie das Narrativ zu Ihrem eigenen, indem Sie es mithilfe eines leicht verständlichen und leicht zugänglichen Symbols (beispielsweise eines Hashtags oder Bilds) verbreiten.



## MESSENGER

*Who are the Messengers that are credible to the target audience?*

- Suchen Sie die Zusammenarbeit mit Akteuren, die sich auf Ihrem Gebiet auskennen oder auf lokaler Ebene aktiv sind und daher mehr Glaubwürdigkeit oder Einfluss besitzen oder mehr Menschen erreichen als andere.
- Machen Sie sich klar, dass die Einbindung von Personen aus der Politik bei Teilen der Bevölkerung auf Ablehnung stoßen könnte.
- Stellen Sie sicher, dass die richtigen Personen zu Wort kommen, und achten Sie darauf, dass sich unter diesen ExpertInnen sowie Menschen unterschiedlicher Herkunft und unterschiedlichen Alters befinden. Nur so können Sie das Vertrauen der betroffenen Gemeinschaften gewinnen und erreichen, dass diese Ihren Kernbotschaften Glauben schenken und sie unterstützen.



## MEDIUM

*What Media does your target audience get their information from?*

Als mögliches Zielmedium für die Kommunikation nach einem Anschlag bieten sich die traditionellen Medien an, da das Thema für JournalistInnen mit hoher Wahrscheinlichkeit von Interesse ist.

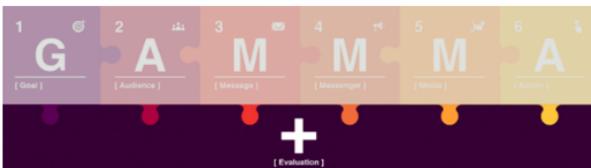
- Stellen Sie vor einer Kontaktaufnahme mit den Medien sicher, dass Sie über die erforderlichen Kenntnisse und Beziehungen verfügen.
- Wenn es zu einem Vorfall kommt, sollten Sie bereits einen Kanal in einem sozialen Netzwerk betreiben, über den Sie regelmäßig klare Botschaften aussenden, damit Sie Ihrem Zielpublikum bereits vertraut sind.



## CALL TO ACTION

*How could online communication efforts supplement offline work? What is needed for an effective call-to-action? How to get people to act?*

- Erarbeiten Sie gemeinsam mit anderen Akteuren ein Kommunikationskonzept.
- Gedenkveranstaltungen und andere Versammlungen mit Symbolcharakter spielen eine bedeutende Rolle, auch für den Aufbau von Resilienz, sie können jedoch an Symbolkraft verlieren, wenn sie nach mehreren Anschlägen abgehalten werden und damit als inhaltsleer empfunden werden.
- Versuchen Sie, Handlungsaufrufe so zu gestalten, dass sie positiv sowie unmittelbar und einfach umzusetzen sind.



## MONITORING & EVALUATION

*How can you measure this and establish that your intervention has made impact? How to best monitor the effect of the call-to-action of your campaign?*

- Leiten Sie nach einem Anschlag so bald wie möglich Beobachtungsmaßnahmen ein, um Einblick in die Inhalte von Medienberichten, die Position aller wichtigen Akteure und die Wirkung Ihrer Botschaften zu erhalten.
- Das manuelle Sichten von im Internet sowie in Print- und Rundfunkmedien veröffentlichter Beiträge kann mit der systematischen Analyse themenrelevanter Unterhaltungen in sozialen Netzwerken verknüpft werden.
- Halten Sie schließlich eine Nachbesprechung ab, in der Sie den Erfolg von Struktur, Strategie und Umsetzung Ihres Ansatzes auswerten und ihn auf Grundlage der dabei zusammengetragenen Ergebnisse weiter verbessern können. Die konkreten Ergebnisse, die aktiv an der Kommunikation beteiligte Teammitglieder beobachten konnten, können eine gute Ergänzung zu den durch die verschiedenen Aktivitäten gesammelten Daten darstellen.

## Weiterführende Literatur

- Michael Jetter und Jay Walker befassen sich mit der Korrelation von Medienberichterstattung und weiteren Anschlägen:  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3286159](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3286159)
- Donald Holbrook schreibt über die Medien, über die TerroristInnen Informationen beziehen: <https://icct.nl/wp-content/uploads/2017/09/ICCT-Holbrook-What-Types-of-Media-Do-Terrorists-Collect-Sept-2017-2.pdf>
- Dieser Fachbeitrag des Royal United Services Institute (RUSI) befasst sich mit der Kommunikation nach einem Anschlag: <https://rusi.org/publication/other-publications/towards-framework-post-terrorist-incident-communications-strategies>
- Das Wörterbuch der Internationalen Allianz gegen den Islamischen Staat, welche JournalistInnen und andere Akteure zu einem achtsamen Sprachgebrauch ermahnt: <https://theglobalcoalition.org/en/counter-daesh-dictionary/>
- Die Kampagne „Words Matter“ der Peace Foundation, die sich für verantwortungsvollen Journalismus stark macht: <https://www.peace-foundation.org.uk/terrorism-survivors-urged-media-report-responsibly-following-terror-attacks/>
- Die Richtlinie des Guardian zur Berichterstattung über Terrorismus: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jun/09/reporting-on-terror-without-feeding-it>
- Die Richtlinien der britischen Organisation für Presseaufsicht, IPSO, zur Berichterstattung zu schwerwiegenden Ereignissen: <https://www.ipso.co.uk/media/1713/major-incidents-ed-and-journ.pdf>
- Die Senderichtlinien der britischen Medienaufsichtsbehörde OFCOM: <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-three-crime-disorder-hatred-abuse>
- Die Richtlinien der BBC: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines/war-terror-emergencies>
- Das Survivors Assistance Network, eine britische NRO, die Anschlagopfer unterstützt: <https://www.peace-foundation.org.uk/support/survivors-assistance-network/>
- Im Rahmen eines Projekts zum Nordirlandkonflikt hat die Universität Belfast Leitlinien für VertreterInnen der Medien erstellt, die Interviews mit Opfern von Gewalt durchführen: <https://justicehub.org/article/guidelines-for-media-on-interviewing-victims-and-survivors/>
- Die Universität Belfast hat auch für Opfer und Überlebende Leitlinien für Gespräche mit MedienvertreterInnen erstellt: [https://pure.qub.ac.uk/portal/files/165825722/Essential\\_Tips\\_for\\_Victims\\_and\\_Survivors.pdf](https://pure.qub.ac.uk/portal/files/165825722/Essential_Tips_for_Victims_and_Survivors.pdf)

- Weitere Empfehlungen bezüglich Vorsichtsmaßnahmen zur Meldung terroristischer Aktivitäten: <https://www.csa.fr/Arbitrer/Espace-juridique/Les-relations-du-CSA-avec-les-editeurs/Codes-de-bonne-conduite-et-textes-de-precautions-relatives-a-la-couverture-audiovisuelle/Precautions-relatives-a-la-couverture-audiovisuelle-d-actes-terroristes>
- Und zu guter Letzt das an öffentliche Institutionen und Behörden gerichtete Handbuch der SAFE-COMMS-Projektgruppe vom März 2011 zur Krisenkommunikation im Fall eines terroristischen Anschlags:  
<https://faculty.biu.ac.il/~sshpiro/pdf/SafeComms%20Manual%20-%20German.pdf>