



Was, wenn es uns trifft?

Krisenkommunikation.



Kurz zu mir

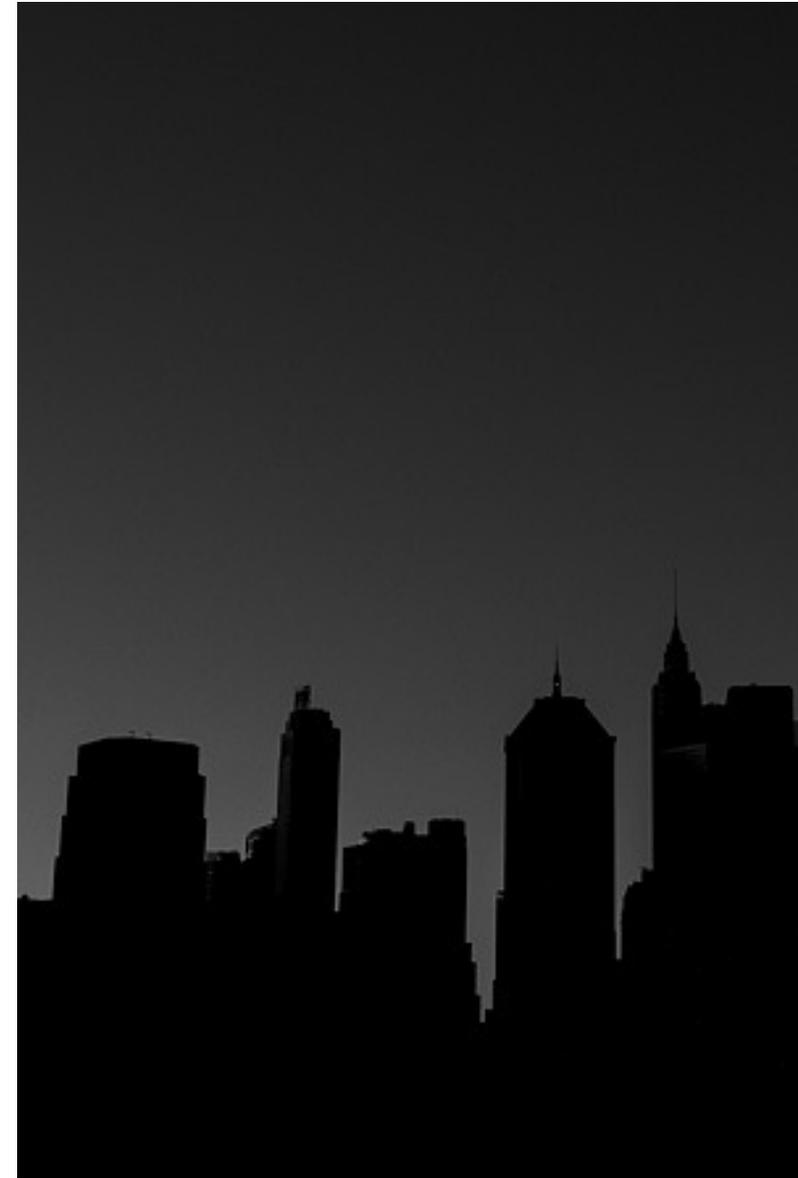
Veit Mathauer

- Studium der Wirtschaftswissenschaften
- Gründer und Geschäftsführer der Sympra GmbH
- Kommunikation für komplexe B2B-Themen und Krisenkommunikation seit 1992
- 18 Mitarbeitende in Stuttgart und München
- Mitglied im Arbeitskreis Krisenkommunikation und Issues Management der Deutschen Public Relations Gesellschaft
- Lehrbeauftragter an der PH Schwäbisch Gmünd

Krisenkommunikation

Kleine Agenda

- Was ist eigentlich eine Krise?
- Was kann man sich vorbereiten?
- Was ist beim Kommunizieren in der Krise zu beachten?
- Diskussion



Was ist eine Krise?

Eine Definition

Krisen sind interne oder externe Ereignisse,

durch die akute Gefahren drohen

für Lebewesen, für die Umwelt, für die Vermögenswerte oder für die Reputation eines Unternehmens bzw. einer Institution.

→ operative Krisen („Störungen“)

→ kommunikative Krisen („Skandale“)

→ bilanzielle Krisen („Pleiten“)

(vgl. www.krisennavigator.de)

Was ist Krisenkommunikation?

Eine Definition

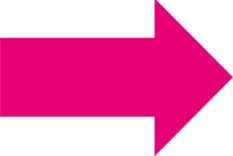
Als Krisenkommunikation werden alle Maßnahmen zur kommunikativen Vermeidung, Früherkennung, Bewältigung und Nachbereitung von Krisensituationen bezeichnet.

Krisenkommunikation per se ist nicht Krisenmanagement.

(vgl. www.krisennavigator.de)

Merkmale von Krisen

... und ihre Folgen

- Außergewöhnliche Situationen
 - Ungeplant, ungewollt und oft überraschend
 - Sehr dynamisch, verlaufen ohne festes Schema
 - Kaum zu steuern
 - Mit offenem Ausgang
 - Zeitlich befristet
 - Häufig komplex, in Ausmaß und Folgen kaum überschaubar
- 
- Finden hohes Interesse bei Medien und Bevölkerung
 - Können das Ansehen der Verantwortlichen langfristig schädigen
 - Erhöhen negativen Bekanntheitsgrad bei schlechtem Management

Wie Krisen entstehen

Zum Beispiel

- Cyberangriff, Unfälle, Katastrophen, Umweltschäden, Kriminalität, Pandemie
- Lebensmittlrückrufe, Behandlungsfehler, Service, persönliche Behandlung...
- Wirtschaftliche Schieflagen (Insolvenz, Entlassungen, Werkschließungen), Fusionen, Übernahmen, Unternehmensverkauf; Ausfall des Inhabers ...
- Gerüchte, Shitstorms in Sozialen Medien
- Arbeitsrechtliche Auseinandersetzungen (Einzelfälle, Streiks etc.)
- Öffentliche Auseinandersetzungen mit Behörden, Regierung etc.
- Investigativrecherchen

Was kann man sich vorbereiten?

Präventive Krisenkommunikation



Keine Organisation ist vor einer Krise sicher!

Bewusstsein schaffen, Risiken identifizieren und analysieren

Risikomanagement: Issues Management und Themenscouting, Medienmonitoring

- Was könnte der Organisation schlimmstenfalls passieren?
- Mögliche Auslöser im Vorfeld definieren. Alle Unternehmensbereiche einbeziehen!
- Wie wahrscheinlich sind diese Gefahren und Risiken?
- Was sind die schlimmsten denkbaren Folgen?
- Wer erleidet im ungünstigsten Fall den maximalen Schaden?
- Welche rechtlichen Fragen sind dann wichtig? Was tun wir, wenn ...?

Präventive Krisenkommunikation (1)

Organisation

- Aufgaben und Zuständigkeiten im Krisenmanagement (→ Business Continuity Management) sind zugewiesen
- Aufbau- und Ablauforganisation der Strukturen und Abstimmungsprozesse sind in Krisenhandbuch beschrieben und werden regelmäßig trainiert
- Leitung und Personal des Krisenstabes sowie Verbindungspersonen sind vorab benannt und für ihre Aufgaben im Krisenstab geschult



Präventive Krisenkommunikation (2)

Infrastruktur

- Alarmierungs- und Meldewege sind geplant und erprobt, Telefon- und Mailinglisten vollständig und aktuell
- Alternative Kommunikationskanäle sind eingerichtet und beispielbar, z. B. Signal, FACT24
- Räumlichkeiten/Ausstattung sind vorbereitet
- Notfallplanung und Ausweichsitzplanungen liegen vor
- Lage wird von einer Stelle zusammengefasst und visualisiert



Präventive Krisenkommunikation (3)

Dokumentation

- Kommunikations- und Informationsfluss ist geregelt und redundant – technisch – ausgelegt
→ Kommunikationskaskade
- Dokumentation der gesamten Krisenbewältigung und deren Ablage sind sichergestellt, auch außerhalb der Unternehmens-IT



Präventive Krisenkommunikation (4)

Bestandteile des Krisenhandbuchs

- Presseinformationen und Statements für verschiedene Krisenszenarien
- Bilder, Footage, Videos etc.
- Darksite und Postings
- Aktueller Presseverteiler
- Qs & As
- Tools für Social-Media-Monitoring und Social-Media-Relations



Welche Stakeholder sind in Krisen die wichtigsten?

Priorisierung

- An wessen Meinung ist am meisten gelegen? Wer hat den größten Einfluss?
- Wer kann am meisten schaden, wer am meisten nutzen?
- Medien, Multiplikatoren, Influencer
- Eigner, Kunden, Lieferanten, Mitbewerber, Auslandstöchter
- Nachbarn, Bürger, Einzelpersonen oder Gruppen, NGOs
- Ämter, staatliche Institutionen etc.
- Woran könnte die Gruppe im Krisenfall spezielles Interesse haben?
→ Achtung! Laien und Experten haben eine unterschiedliche Bewertung.

Kommunizieren in der Krise

sympra...



Was für jede Krisensituation gilt

Kommunikation

- Schnelligkeit (aktiv und frühzeitig)
- Wahrhaftigkeit (sachlich, transparent und wahr)
- Verständlichkeit (kurz, einfach, unkompliziert, bildhaft)
- Konsistenz (einheitlich, koordiniert und kontinuierlich)

Was jetzt zu beachten ist

Arbeiten unter Zeitdruck

Zeit gewinnen, Meinung bilden, die eigene Sicht auf die Dinge kommunizieren, den Takt selbst bestimmen, denn:

- Schweigen führt zu Kontrollverlust: Medien suchen sich andere (im Zweifel unkundigere, negativere) Quellen
- Verlust von Glaubwürdigkeit: Spätere oder zu späte Informationen verlieren an Bedeutung
 - Auch Laien werden zu „Experten“, Verbreitung von Halbwissen
 - Betroffenheit der Mitarbeiter: Indiskretionen sind sicher
- Mit Rechtsabteilung abstimmen – oder auch nicht

Grundsätzliches: Unbedingt beachten!

Aktiv, offen und umfassend informieren

- In einer Krise gibt es keine vertraulichen Informationen!
- Nie die Schuld auf andere schieben!
- Wer einmal lügt, lügt immer!
- Verboten: „Kein Kommentar“!
- Nicht überheblich reagieren! Zusagen (z. B. Information) einhalten!

Nach der Krise ist vor der Krise

Evaluation nicht vergessen!

- Manöverkritik mit allen Beteiligten
- Dokumentation: Was lief gut? Was lief schlecht?
- Instrumente anpassen, Krisenkommunikationshandbuch aktualisieren

Diskussion

Aktuelle Krisen

- An welche Krise in jüngerer Zeit und deren kommunikative Bearbeitung erinnern Sie sich?
- Verliefe die Krisenkommunikation positiv oder negativ?

sympra...

Eine kleine Übung

Insolvenz einer Textilhandelskette

- Inhabergeführtes Unternehmen mit bundesweit 300 Filialen
 - Insolvenz in Eigenverwaltung, Gründer bleibt in der Unternehmensführung
 - 3.000 Mitarbeiter fürchten um ihre Arbeitsplätze
- Wer sind die Stakeholders?
- Wie erreichen Sie die Stakeholders?
- Welche Botschaften kommunizieren Sie?
- Wie stellen Sie den Informationsfluss sicher (intern und extern)?



Kontaktdaten

Veit Mathauer

Veit Mathauer

Sympra GmbH (GPRA)
Staffenbergstraße 32
70184 Stuttgart
Telefon 0711 / 9 47 67 0
Mobil 0171 / 456 01 42
veit.mathauer@sympra.de

Mehr zum Thema Krisenkommunikation bei Sympra:
<https://www.sympra.de/kompetenz/krisenkommunikation/>
<https://magazin.sympra.de/>

