

Wahnsinn! Krisenmanagement.

„Krise ist ein produktiver Zustand. Man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen“.

Max Frisch

Valentinstag und Krisenmanagement ---

- Ein Tag, den wir Floristen verdanken.
- Eine Wortschöpfung von PR-Beratern.
- Blumen bringen Freude, Krisen machen Angst.
- Zwei lukrative Geschäftsmodelle.



„Krisen“ ...

... sind (un) erwartete, negative Ereignisse oder Entwicklungen, die einen materiellen/immateriellen Imageschaden zufügen, den Argwohn der *Massenmedien* und der Öffentlichkeit auf sich ziehen, lange anhalten und *allein nicht* bewältigt werden können.



Fukushima

- Ein GAU oder ein Störfall?
- Eine Katastrophe oder ein Ereignis?
- Ein Verbrechen oder ein Vergehen?

Mit dem Begriff „Krise“ wird *zugespitzt*, was mit aufwändigem Krisenmanagement *geheilt* werden soll.

Nicht überall wo Krise draufsteht, --- steckt Krise drin

- Ungewohnte Situationen, die nicht ins „Schema“ passen.
- Die berühmten Leichen im Keller, die entdeckt werden.
- Unangenehme Wahrheiten, die einem auf dem falschen Fuss erwischen.
- Ausrutscher und individuelles, menschliches Versagen.
- „Carlos“ ist nicht SWISSAIR oder Kabale an der Uni Zürich

„Krisenkommunikation“ beginnt lange vor der „Krise“ I

- Ansehen und Leistungsausweis der Institution
- Leitbild und Verhaltenskodex
- Zusammensetzung Vorstand (Einbindung von Profis)
- Kompetenz Leitungs- und Mitarbeiterteam
- Betriebskultur und Betriebsklima
- Einbettung ins lokale und weitere Umfeld (ToT)
- Laufende transparente Kommunikation nach innen und aussen
- Vertrauensverhältnis zur Trägerschaft
- Professionelles Einvernehmen mit behördlichen Aufsichtsorganen

„Krisenkommunikation“ beginnt lange vor der „Krise“ II

- Gutes Einvernehmen mit zuweisenden Stellen
- Funktionierende „innerbetriebliche“ Prozessabläufe
- Aufbau und „Unterhalt“ von Medienbeziehungen
- Beziehung zu Klienten und deren Angehörigen
- Auswahl von Kunden und Lieferanten
- Kultur des Dankens
- Angebote für Freiwilligenarbeit
- Eingetübte Kommunikationsverantwortung. Medientraining.

Keine Hektik, wenn „sie“ denn da ist ---

- Durchatmen, keine Panik.
- Es gibt kein Schema X für Kommunikation in schwierigen Situationen und bei heiklen Themen.
- Anschauen, was Sache ist. Sachverhalte prüfen und klären.
- Festhalten, was Sache ist. Ungeschminkt, ohne Ausflüchte, wahrhaftig. Fehler und Versagen eingestehen. Konsequenzen und Massnahmen erläutern.
- One voice. PräsidentIn oder GeschäftsleiterIn stehen hin. Kommunikation ist CheflInnensache.

Immer noch keine Hektik...

- Kein Krisenstab, aber Einbezug der Profis aus dem Vorstand.
- Informationen oder Stellungnahmen, die an Medien gehen, haben zeitgleich und gleichlautend auch das gesamte Umfeld (Trägerschaft, Behörden, Vereinsmitglieder etc.) zu erreichen. Website.
- Erläuternder Brief an alle Bezugspersonen.

Medien haben keine Sonderrechte

- Medien haben kein Anrecht auf sofortige Antwort. Redaktionsschluss hin oder her. Es genügt, dass es Götter in Weiss gibt.
- Auch Medien haben Spielregeln zu beachten. Zum Beispiel Fehler zu korrigieren, wenn man für diese wasserdichte Beweise erbringen kann.
- Bei kriminellen und officialdeliktischen Geschehnissen sind Polizei und Staatsanwaltschaft primäre Ansprech- und Absprachepartner. (Auch für die Medien.)
- Was heisst: Zuerst die Fakten, dann die Medien.

Aber Medien sollen bedient werden

- Man kann in Krisenfällen nicht „nicht kommunizieren“.
- Kopf in den Sand, Tür zu, aussitzen, bringt nichts. „No comment“ gibt's nicht.
- Aber auch nicht Hals über Kopf informieren.
- Dann aber: Was ist wann, wo, wem, wie passiert? Und: Warum, und wer ist verantwortlich.
- Vor allem dann, wenn man wasserdichte Beweise hat, dass veröffentlichte Behauptungen unwahr sind.

Absolut verboten

- Verdrängen und Bagatellisieren
- Vermutungen ohne Beweise anstellen
- Spekulationen zur Schuldfrage
- Werturteile fällen
- Ungleichbehandlung von Medien
- Halbwahrheiten oder Lügen
- Dementieren und Abstreiten
- Mit dem Anwalt drohen



Resümee

- Geschehenes kann nicht ungeschehen gemacht werden.
- Hinstehen und Verantwortung tragen.
- Wichtiger sind die Aufräumarbeiten.
- Und: Wie verloren gegangenes Vertrauen zurück gewonnen wird.
- Aber Sie arbeiten ja in Berufen, die dafür bestens ausgebildet sind. Smile.

Zum Schluss

Beratung durch Blum PR schadet so wenig wie Supervision.
Kann auch in Form von Globulis bestellt werden. Smile.

Und: Vergessen Sie nicht, was Max Frisch über die Krise sagte.

www.blum-pr.ch

info@blum-pr.ch

044 463 24 25