

Krisenkommunikation: Früher an später denken!

„Sage die Wahrheit, sage Sie sofort. Je eher du es tust, desto geringer ist der Schaden.“

- Krisenkommunikation besonders für NPO (Non Profit Organisationen), denn: Die Öffentlichkeit wartet auf den Skandal der „Gutmenschen“
- Medien reagieren umso schneller, wenn die Krisen öffentlichkeitswirksam sind
- Medienmacher stellen Fragen bevor sich der Ansprechpartner auf das Thema vorbereitet hat. Das Internet (web 2.0) führt zur raschen Informationsverbreitung.
- Journalisten brauchen eine Story!

Deshalb:

„Offen und offensiv“ ist die beste Strategie, um einen Imageschaden abzuwenden und Vertrauen und Glaubwürdigkeit (wieder) herzustellen

Krisenkommunikation und -prävention braucht Strategie und PR

„Wir müssen das, was wir denken auch sagen. Wir müssen das was wir sagen, auch tun. Und wir müssen das was wir tun, dann auch sagen.“

- Krisenrisiko minimieren: Krisen können nicht verhindert, aber die Bewältigung kann trainiert werden!
- Regelmäßige Informationsweitergabe intern und extern (Patienten, Betroffene, Angehörige, Mitarbeiter, Medienvertreter, Politik)
- Krisenstab einrichten und Sprecher der Krise bestimmen: Wer macht was? Wer hat welche Aufgaben? Wie ist das Wording?
- Genauer Kenntnisstand: alle Informationen sind wichtig
- *Krisenpräventionsplan / Krisenhandbuch:*
- Weniger ist manchmal mehr, wenn es effizient, pragmatisch und realistisch dargestellt wird
- Pflicht-Sofortmaßnahmen reichen nicht, Krisenstab wird fortgebildet und regelmäßig trainiert (z.B. Medientraining)

5 Schritte:

1. SWOT-Analyse
2. Verfolgen der öffentlichen Meinung und Berichte (Issue-Management)
3. Krisenkommunikationsplan: Wie mit Krisen umgehen?
4. Krisentraining mit Mitarbeitern (Krisen simulieren und nachspielen)
5. Kontinuierliche Kommunikation mit wichtigen Zielgruppen auch im Vorfeld

Issue-Management: Themen beobachten und managen. Risikothemen frühzeitig erkennen, evaluieren und managen. Besser die Themen selbst vorgeben, als sie sich diktieren zu lassen. Eine fehlerhafte Öffentlichkeitsarbeit kann Krisen verstärken.

Risikokommunikation:

Teilbereich der PR

Vorbeugende Kommunikation: Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit eines Schadeneintritts?
Ist nicht gleichzusetzen mit Krisenkommunikation (tritt erst nach dem Schaden ein)

Literaturtipp:

Florian Dietges, Peter Höbel, Thorsten Hofmann
Krisenkommunikation
2008
PR Praxisband 9
24,90 Euro