

Krisenmanagement und Krisenkommunikation

für Kinder- und
Jugendunterkünfte



4. Dezember 2020

Dipl.-Ing.(FH)
Jorge Klapproth



In der Krise ...

... ist alles anders!





Jorge Klapproth

Dipl.-Ing. (FH)

- ▶ Medientrainer
- ▶ Krisenmanagement-
und Kommunikationsberater
- ▶ Führungskräfte-Coach

Geschäftsführender Gesellschafter der CKK Consult OHG
Mitglied im Berufsverband für Training, Beratung u. Coaching e.V. (BDVT)



Krisenmanagement mit System

Leistungen

KRISEN
PRÄVENTION

KRISEN
INTERVENTION

KRISEN
KOMMUNIKATION

TRAINING UND
SEMINARE



Jorge Klapproth

Der Tag X
Vorbereitung auf den Ernstfall

Handbuch
für Krisenmanagement
und Krisenkommunikation

Mit vielen Checklisten
und Vorlagen

Hardcover, 502 S.
BoD-Verlag 2. Auflage 2018

Sprache: Deutsch
ISBN-10: 3842332351
ISBN-13: 978-3842332355

Auch als eBook erhältlich
ISBN 978-3741236068

Krisenmanagement und Krisenkommunikation

- Notfall oder Krise?
- Was ist Krisenmanagement?
- Maßnahmen zur Krisenprävention
- Verhalten im Ereignisfall
- Krisenkommunikation



**In der Krise
ist alles anders!**

WANN IST KRISE?

➤ Was unterscheidet die **Krise** von einem **Notfall** oder **Großschadenerereignis**?



- Nicht jedes **Unglück**, jeder **Skandal** oder **besondere Ereignis** entwickelt sich zur Krise!





Krisen werden vor allem
subjektiv wahrgenommen!



Mit Krise wird eine **Situation** bezeichnet, deren Wirkung oder Medienberichterstattung das **Image** oder den **Bestand** eines Unternehmens, einer Behörde oder einer Organisation und seiner strategischen Interessen gegenüber den Aktionären, Mitarbeitern, Kunden und der Öffentlichkeit **akut und nachhaltig gefährdet**.

Merkmale einer Krise

- Sie wird meistens **von außen her** angetragen.
- Sie **zwingt** zur Handlung.
- Sie erfordert **besondere Maßnahmen**.
- Der **Ausgang** ist ungewiss.
- Es entsteht **hoher Zeitdruck**.
- Sie **muss als Krise akzeptiert werden**.



Merkmale einer Krise

Ohne Akzeptanz der Krise:

➤ **Keine Krisenbewältigung!**

Krise?
Krise?

Welche Krise?

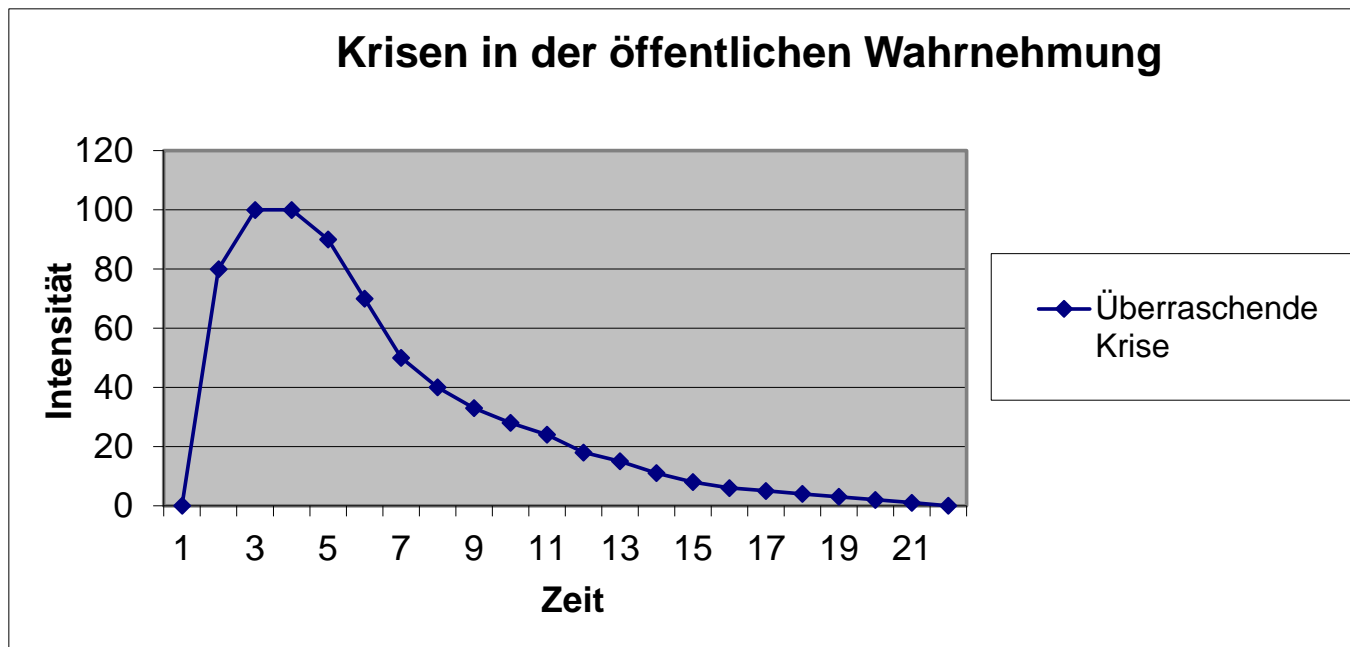
Die Frage ist häufig nicht „ob“ eine Krise kommt, sondern „wann“!



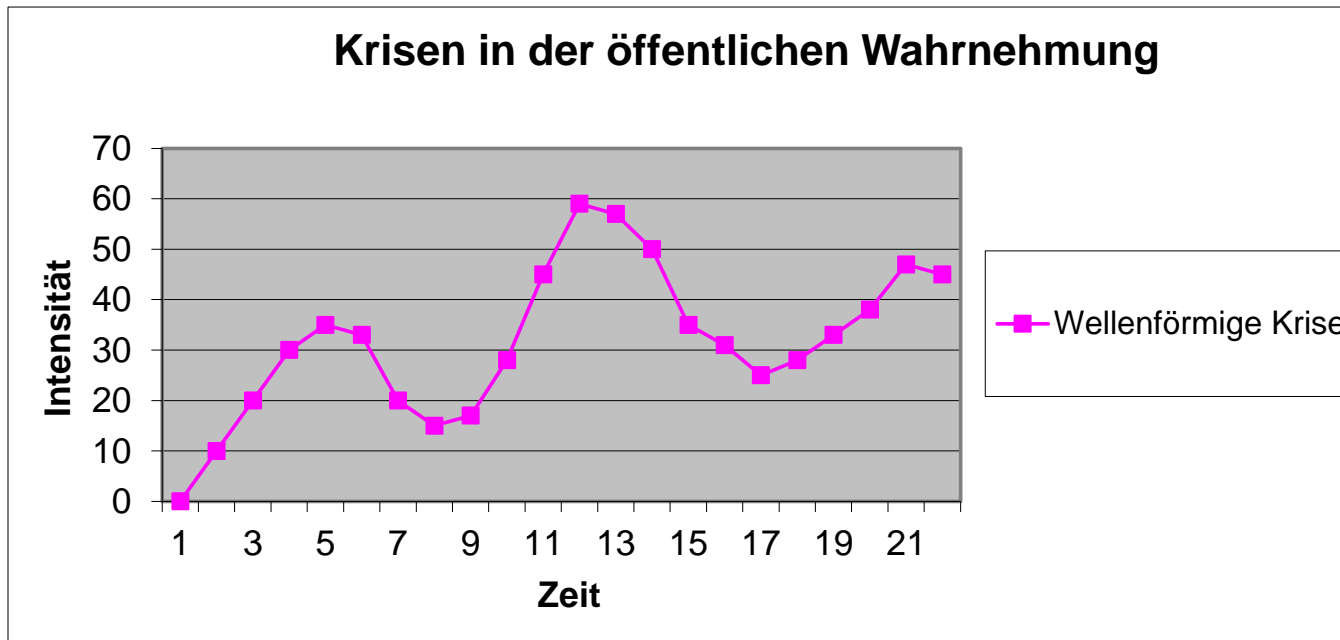


Welche Erscheinungsformen haben Krisen?

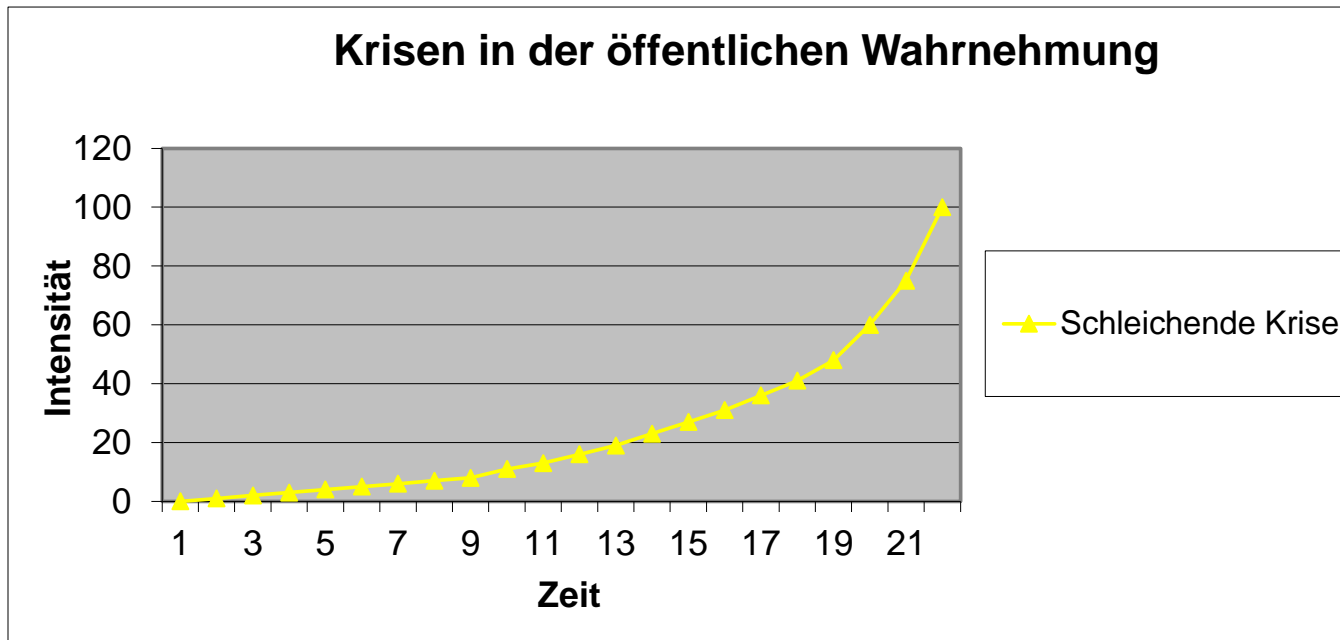
- ▶ plötzliches und überraschendes Auftreten von Problemen (Unglücke, Störfälle, Aufdecken eines Skandals)



- ▶ periodisches, „wellenförmiges“ Auftreten von Problemen (juristische oder politische Auseinandersetzungen über langen Zeitraum)



- ▶ Kontinuierlicher, „**schleichender**“ Aufbau des Krisenpotentials bis zum Überschreiten des Schwellenwerts zur Nachricht





Wie entstehen Krisen?

Organisatorische/persönliche Komponenten

- ▶ Sprachlosigkeit (die wollen etwas verheimlichen)
- ▶ Verspätete Reaktion
- ▶ Unwahre Aussagen
- ▶ Uneinheitliche Information an unterschiedliche Stellen
- ▶ Unsicherheit der öffentlich agierenden Personen
- ▶ Unterschätzte Sensibilität der Öffentlichkeit
- ▶ Durch falsche Reaktion auf ein Ereignis

Dimensionen einer Krise:

1. Das eigentliche Ereignis (Primärerereignis)
2. Das Handeln der Verantwortlichen
3. Die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit



Was ist Krisenmanagement?

Krisenmanagement ist der systematische Umgang mit Krisensituationen.

- Krisenvorsorge (Prävention)
- Identifikation und Analyse von Krisensituationen
- Strategien zur Bewältigung von Krisen
- Einleitung und Verfolgung von Gegenmaßnahmen

Krisenmanagement

Operativ-
administrativ

Kommunikativ

Besondere Herausforderungen einer Krise

Das Management muss

- die Krise frühzeitig erkennen,
- sie eingestehen,
- mit dem Mangel an Informationen umgehen,
- schnell und unter starkem Zeitdruck handeln,
- weitreichende Entscheidungen treffen,
- **Schadensbegrenzung durchführen.**

Die geringste Ressource im Krisenfall

... ist Zeit!



Vorsorge durch Krisenprävention

Durch **Krisenprävention** versucht man eine **Krisensituation zu verhindern** und trifft für den Fall des Eintretens einer Krise **vorbereitende Maßnahmen**.



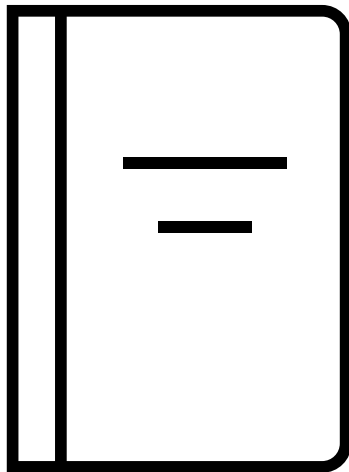
Maßnahmen zur Krisenprävention

- Die Erstellung einer Risikoanalyse
 - Risikokommunikation als Teil der Krisenkommunikation
 - Der Umgang mit Risiko- und Potenzialthemen: das Issue-Management
 - Die Erstellung eines Krisenhandbuches
 - Aufstellung und Organisation eines Krisenstabes
 - Verantwortlichkeiten für interne und externe Kommunikation
 - Festlegen eines Sprechers zu den Medien
 - Vorbereitung von anlassbezogenen Unternehmensbotschaften
- ...

Maßnahmen zur Krisenprävention (2)

- Durchführung von Plan- und Krisenstabsübungen
- Medientraining als Krisenkommunikationstrainings
- Vorbereiten von geeigneter Infrastruktur für einen Krisenstab
- Notwendige Technik für den Krisenstabsraum
- Medien-Monitoring
- Social-Media-Planung
- Vorbereitung einer Internet-Darksite
- Ggf. Einrichtung einer Telefonhotline
- Hinzuziehen von externen Beratern

Das Krisenhandbuch



Krisenhandbuch / Krisenleitfaden

Die **geordnete Bewältigung** einer **Krisenlage** erfordert die **verbindliche Festlegung** der notwendigen **Strukturen**, der **Organisation**, der **Verfahren** und **Abläufe** sowie der **Kommunikation** in einem **Krisenmanual**.

Beispielhafter Aufbau eines Krisenhandbuchs

- Teil I Allgemeines, Organisatorisches und Grundsätzliches**
- Teil II Verfahren, Zuständigkeiten und Abläufe**
- Teil III Krisenkommunikationsplan**
- Teil IV Verhalten in bestimmten Krisenfällen**
- Teil V Checklisten und Dokumente**

Krisenstab

Der Krisenstab ist Dreh- und Angelpunkt bei der Bewältigung von Krisensituationen.



Krisenstab

Funktion und Verbindungen des Krisenstabes



Kommunikation in der Krise

Die **Hauptaufgabe von Krisenkommunikation** ist es **verlorenges Vertrauen in eine Institution wiederherzustellen** oder zu verhindern, dass Vertrauen in kritischen Situationen oder Krisenfällen verloren geht.

Kommunikation in der Krise

Vertrauensbildende Faktoren

- Glaubwürdigkeit und Kompetenz der Person oder der Organisation.
- Konsistenz zwischen Aussagen und Handlung.
- Offenheit und Transparenz, vor allem im Umgang mit Krisen.
- Persönliche Kommunikation, damit das Vertrauen wachsen kann.
- Verständlichkeit und klare Sprache in der Kommunikation.
- Wahrhaftigkeit in den Aussagen.
- Sensibler Umgang mit Anspruchsgruppen, um deren Bedürfnisse zu erkennen und zu respektieren.

Kommunikation in der Krise

Personelle Ausstattung Kommunikationsbereich:

- Kommunikationsleiter oder Pressesprecher,
- Vertreter des Pressesprechers,
- Organisatorisches Personal für die Abteilung,
- Redaktionelles Personal für Pressemeldungen, Internet-Veröffentlichungen u.ä.,
- Telefon-Personal für die Hotline,
- Personal für die Social-Media Kanäle,
- Personal für das Medien-Monitoring.

Externe Kommunikation

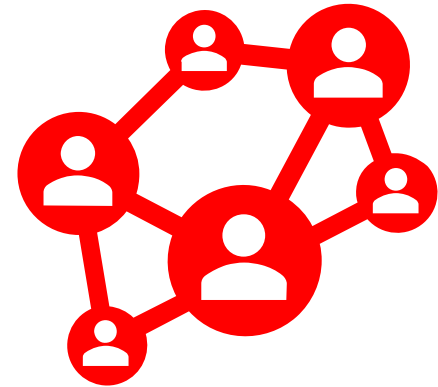
Externe Zielgruppen

1. Die allgemeine breite **Öffentlichkeit**.
2. Besondere **Interessengruppen** im wirtschaftlichen, gesellschaftlichen oder politischen Bereich mit denen aber keine direkte Verbindung bestehen, z.B. Nichtregierungsorganisationen (Non Governmental Organizations oder NGOs), politische Parteien oder branchenfremde Verbände und Institutionen.
3. Die externen Stakeholder des **eigenen Organisationsumfeldes**, z.B. eigene Branchenverbände, Aufsichtsbehörden, Geschäftspartner, Lieferanten, Banken usw.

Interne Kommunikation

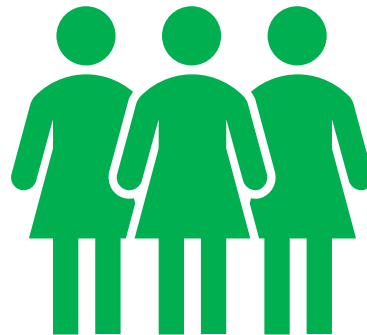
Interne Krisenkommunikation

Die Interne
Krisenkommunikation
richtet sich nach innen –
an die eigenen Mitarbeiter
und deren Angehörige.



Interne Kommunikation

Häufig wird in Krisenzeiten **die eigene Klientel übersehen oder vernachlässigt**: die Mitarbeiter und deren Angehörige, der Betriebsrat oder Gesellschafter des Unternehmens oder der Organisation.



Interne Kommunikation

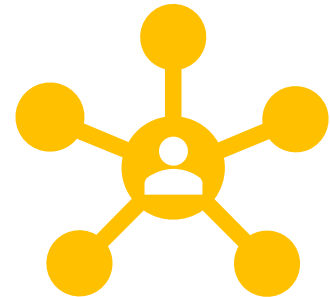
Es kommt einer Katastrophe gleich, wenn die Mitarbeiter eines schlingernden Unternehmens aus den Medien erfahren, wie es um das eigene Haus bestellt ist.



Kommunikation in der Krise

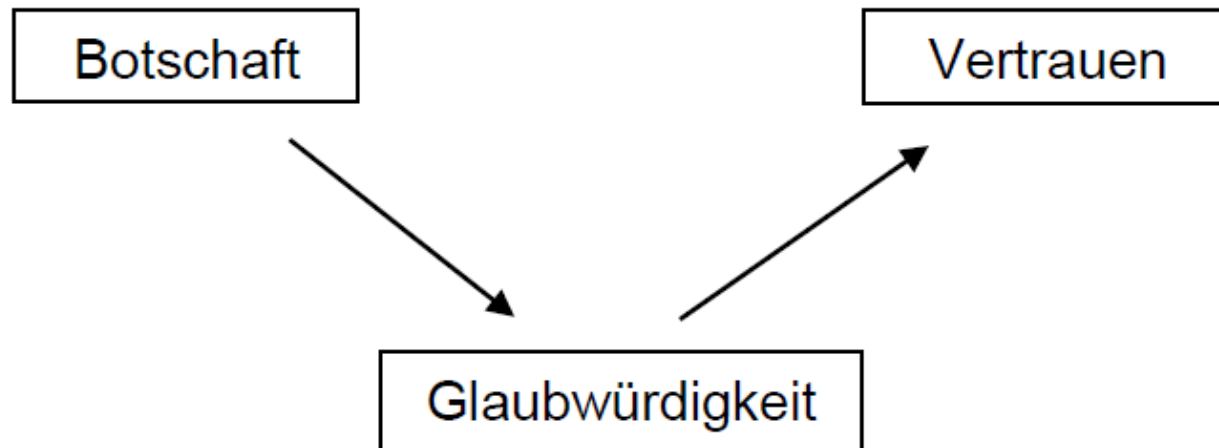
Kommunikation dient als
Steuerungsinstrument
um auf die Meinungsbildung bei
Zielgruppen einzuwirken.

Sie bedient vor allem die weichen
Faktoren: Ängste abbauen,
Verständnis wecken, Akzeptanzen
fördern, Vertrauen aufbauen.



Kernbotschaften in der Krise

Botschaften sind die Elementarteilchen der zielgerichteten und **wirkungsvollen Kommunikation**.





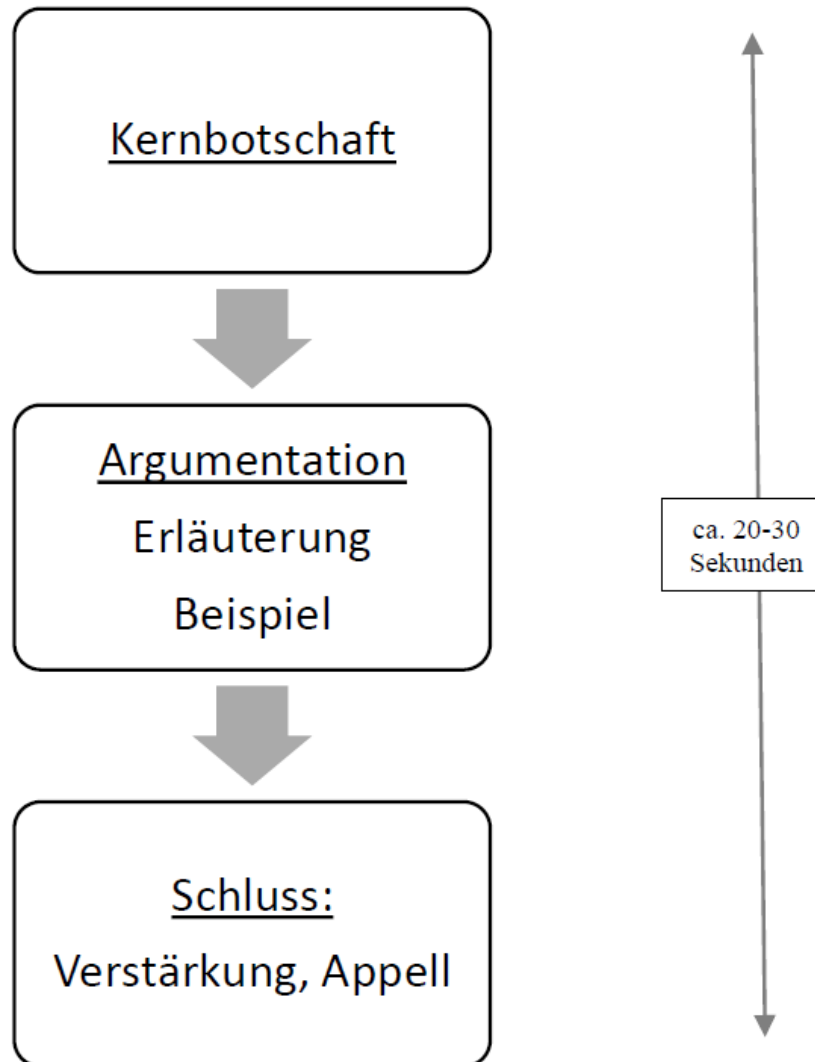
Inhalte, Themen
Daten, Fakten

Sachebene

Beziehungsebene

Ängste
Erwartungen
Vorbehalte
Vertrauen
Wertschätzung

Aufbau einer Stellungnahme (Statement)



Struktur eines Krisenstatements:

1. Betroffenheit und Mitgefühl zeigen, Beistand formulieren
2. Kurzer Sachstand soweit bekannt
3. Dank an die Rettungskräfte
4. Zusammenarbeit mit Behörden
5. Aufklärung der Ursache und Konsequenzen

Grundsätze der (Krisen-) Kommunikation:

- Niemals lügen
- Keine Übertreibungen
- Keine Schönfärberei
- Keine Spekulationen
- Keine Schuldzuweisungen
- Kein Schuldeingeständnis
- Nur über den eigenen Bereich sprechen
- Kein Kleinreden der Situation
- Betroffenheit und Mitgefühl
- Zusammenarbeit mit den Behörden
- Aufklärungswille
- Bereitschaft zur Veränderung

Grundsätze der Krisenkommunikation

- ▶ Es kommt nicht darauf an was passiert ...
... sondern wie man damit umgeht!



CKK Consult OHG

Dipl.-Ing. (FH) Jorge Klapproth
Geschäftsführender Gesellschafter
Mülheimer Str. 51
D-51375 Leverkusen

Tel.: +49(0)214-89 29 2000 -20
Fax: +49(0)214-89 29 2000 -30
Mob.: +49(0)163-5940 656

klapproth@ckk-consult.de

Mitglied im Berufsverband für Training,
Beratung, Coaching BDVT e.V.

Netz:

www.ckk-consult.de
www.jorge-klapproth.de

Blog:

wp.conmediacom.de



- **Medientraining**
- **Krisenmanagement und Krisenkommunikation**
- **Strategische Kommunikation**

Diese Präsentationsunterlagen sind urheberrechtlich geschützt und nur für den internen und persönlichen Gebrauch der Seminarteilnehmer bestimmt.

Die Unterlagen dürfen nicht in elektronischer, gedruckter oder anderer Form vervielfältigt, weitergegeben oder veröffentlicht werden.

Die Rechte an den Grafiken, Texten und Fotografien liegen bei den Verfassern, Illustratoren und Fotografen.

Die vorliegende Präsentation stellt keine Rechtsberatung dar und leitet keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Rechtssicherheit her. Der Inhalt gibt lediglich Erfahrungen und Kenntnisstand des Verfassers wieder.