

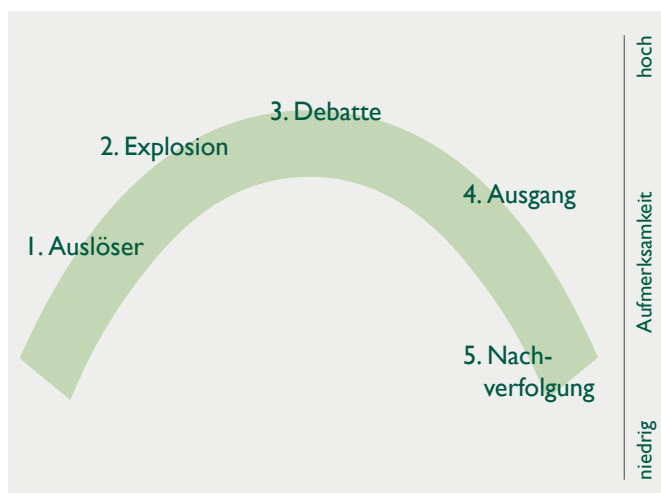
Kommunikation unter Druck

Dialog in der Krise

Sich umfassend vorbereiten und Abläufe trainieren. Denn: eine Krise kann jederzeit kommen.

Ob Behörde oder Verband, Großkonzern oder Mittelstand – Krisen lauern überall. Was alle Krisen eint: es herrscht Zeitnot und großer Druck. Entscheidungen müssen schnell getroffen werden, meist bei einem Mangel an Information. Es entstehen Dynamiken, die kaum zu kontrollieren sind. Gerüchte, die sich intern entwickeln und extern verbreiten. Öffentliche Schuldzuweisungen, durch die Kunden und Kooperationspartner verloren zu gehen drohen. Da gilt es, ruhigen Kopf zu bewahren. Aber vor allem, gut vorbereitet zu sein.

Denn das ist die gute Nachricht: man kann sich vorbereiten. Abläufe lassen sich proben, Antworten trainieren. Aber klar ist auch: ein guter Dialog allein kann das Problem nicht lösen. Er mag zwar Fronten entschärfen und helfen, Vertrauen (wieder) aufzubauen. Aber dauerhaft lässt sich Reputation nur über eine verbindliche Perspektive festigen. Hier müssen alle zuständigen Abteilungen kooperieren – denn eine Krise verlangt immer eine sowohl operative als auch kommunikative Antwort.



Vorbereitung ist das A und O. Glaubwürdigkeit das größte Kapital.

Es lässt sich nicht alles vorhersehen. Aber fast alles. Denn nahezu jede Krise wirft Schatten voraus – ob durch Warnungen in einer fachlichen Expertise oder kritische Diskussionen in sozialen Netzwerken. Selbst auf den Fall des Unvorhergesehen kann man sich vorbereiten. Und: muss man sich vorbereiten.

navos berät in diesen Prozessen, gestaltet und setzt um. navos unterstützt dabei, mögliche Krisenszenarien zu analysieren, Monitorings aufzubauen und Handlungsabläufe festzulegen. Insbesondere Social Media Monitorings funktionieren hier als wichtiger Radar für aufkommende Krisen. navos bereitet Q&As, Verteiler und Dark Sites für den Notfall vor, erstellt Krisenhandbücher und hilft dabei, Krisenstäbe einzurichten. Aber vor allem: navos trainiert die Unternehmensverantwortlichen für die Kommunikation im Notfall – durch präzise getaktete, gezielt eskalierte Krisensimulationen.

Gute Vorbereitung setzt aber noch früher, noch grundsätzlicher an. Denn die beste Krisenprophylaxe besteht aus Transparenz und Glaubwürdigkeit. Wer hier kommunikativ in Vorleistung geht, kann in der Krise auf eine belastbare Basis bauen. Es gilt, beizeiten Netzwerke aus wichtigen Multiplikatoren zu knüpfen – etwa Journalisten, Online-Communities, Wissenschaftler und NGOs – und dort durch kontinuierliche Information Vertrauen aufzubauen.

In der Krise: schnell und konzentriert agieren. Mit möglichst kühlem Kopf

In der Krise ist die oberste Maxime: Ruhe bewahren! Und dann die Fakten sammeln, nötige Maßnahmen einleiten und diese klar kommunizieren. Die ersten 24 bis 36 Stunden sind ent-



scheidend – hier bilden sich Grunddynamik und Stoßrichtung der öffentlichen Diskussion. Es gilt also, schnell zu handeln, aber nicht übereilt. Hierbei muss der Dialog jederzeit sachlich, transparent und wahrhaftig sein, verständlich und anschaulich, kontinuierlich und konsistent. Egal, ob man sich für eine eher offensive oder defensive Kommunikationsstrategie entscheidet, eins ist klar: man kann nicht nicht kommunizieren! Auch Schweigen ist ein Statement.

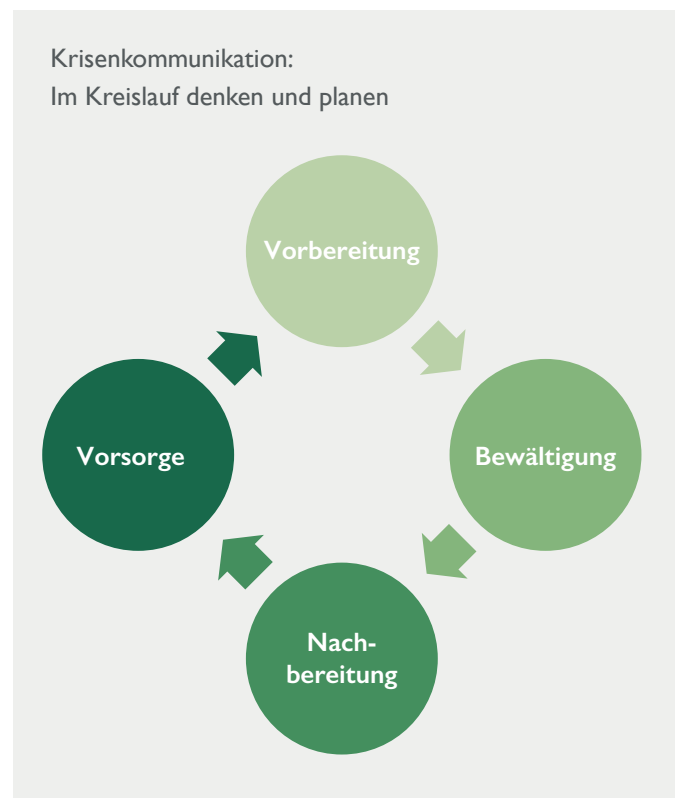
Wichtig: PR begins at home, in der internen Kommunikation. Denn die Kolleginnen und Kollegen sind die wichtigsten Multiplikatoren. Wer intern keinen Glauben findet, hat extern keine Chance. Darüber hinaus müssen alle wichtigen externen Stakeholder-Gruppen im Blick behalten und informiert werden: ob Behörden und Unternehmenspartner, Anwohner und Gemeinden, klassische Medien oder soziale Netzwerke. Für all diese unterschiedlichen Anspruchsgruppen und Informationskanäle gilt, dass Reichweite und Vertrauen schon frühzeitig aufgebaut werden müssen. Zudem ist wichtig, dass die Information in einer Weise erfolgt, die der Logik des jeweiligen Kommunikationskanals gerecht wird – denn diese ist bei klassischen Medien anders als bei den Social Media, bei der Behördeninformation anders als bei der Bürgeransprache.

Nach der Krise ist vor der Krise

Auch wenn das Krisenmanagement erfolgreich war, es gibt immer was zu lernen. Denn die nächste Krise kann jederzeit kommen. Daher ist es wichtig, schon während der akuten Krise sicherzustellen, dass alle Ereignisse und Handlungen dokumen-

tiert werden. Auf dieser Basis lässt sich dann analysieren, was gut und was verbesserungswürdig gelaufen ist – und welche Konsequenzen operativ und kommunikativ zu ziehen sind.

Bei aller Hoffnung, dass die vergangene Krise die letzte war, muss die Krisenkommunikation als Kreislauf gedacht und geplant werden: als Kreislauf aus Vorbereitung, Krisenbewältigung, Nachbereitung – die dann wiederum der Krisenvorsorge dient.



navos – Public Dialogue Consultants. Wirksame PR im Dialog für den Kunden.

Unsere Kommunikationsgewohnheiten und -infrastrukturen verändern sich rasant. Was diese Entwicklung eint: Sie fördern und fordern Dialog. Jede und jeder Einzelne wird zunehmend kommunikativ bedeutsam und damit auch für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg relevant. Für navos ist daher der nachhaltige, ernsthafte Dialog mit allen Anspruchsgruppen die Grundlage der Kommunikation. Wir beherrschen die Kunst, wesentliche Dialoge zu führen, und haben uns auf den Stakeholder-Dialog, auf Krisenkommunikation und Public Affairs spezialisiert. navos steht für richtungsweisende, zeitgemäße und funktionierende Kommunikation. Mit unseren 40 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Kassel.

Berlin

Hasenheide 54
D-10967 Berlin
Fon +49 (0)30 / 467 24 25-0

Düsseldorf

Volmerswerther Straße 41
D-40221 Düsseldorf
Fon +49 (0)211 / 96 08 17-0

Kassel

Kölnische Straße 72
D-34117 Kassel
Fon +49 (0)561 / 208 65 03-0

info@navos.eu
www.navos.eu
f navos auf facebook