



# How to...

## Krisenkommunikation

### Die zehn Ks der Krisenkommunikation

Auch wenn im Zeitalter permanenter, weltweiter Krisen und der ständigen Aufgeregtheit nicht wirklich alles zu einer unternehmenskritischen Situation eskaliert – das Umfeld ist eindeutig schwieriger geworden.

Zur Resilienz gehört dann auch, mit kritischen Situationen professionell umgehen zu können – und die eigenen Stakeholder über diesen Umgang zu informieren. Dies ist die berechnete Erwartungshaltung aller Beteiligten und der Öffentlichkeit. Die erfolgreiche Krisenkommunikation sollte folgenden Regeln folgen:

#### 1. kurzfristig

Sie zeigen durch den umgehenden Beginn der Kommunikation, dass Sie die Informationserwartungen Ihrer Stakeholder ernst nehmen – und deren Sorge vor unmittelbaren Auswirkungen auf sie.

#### 2. korrekt

Es stimmt alles, was Sie sagen. Wenn Sie im Rahmen der Klärung noch nicht alles wissen, spekulieren Sie nicht. Eine erste falsche Information zerstört die Glaubwürdigkeit von allem weiteren, was Sie noch sagen werden.

#### 3. klar

Das, was Sie sagen, ist verständlich und nicht zweideutig. Das gilt auch und gerade dann, wenn es noch nicht so viel zu sagen gibt. Mit Nebelkerzen zu kommunizieren sorgt nur dafür, dass Sie sich selbst verirren.

#### 4. konkret

Werden Sie so konkret wie möglich – denn es interessiert zunächst, was Sie in der Krise tatsächlich gedenken zu tun. Die Fokussierung unterstreicht Ihr Interesse an einer wirklichen Fall-Lösung.

#### 5. kompakt

Verstecken Sie sich nicht hinter langen und ausschweifenden Darstellungen oder Nebenschauplätzen. Länge und Formulierungen Ihrer Informationen spiegeln wider, was es inhaltlich zu sagen gibt. Nur so werden Ihre Aussagen ernst genommen.

#### 6. kontinuierlich

Sie brechen die Kommunikation nicht ab und bestimmen den Informations-Stand der Dinge. Denn Wegtauchen und Vogel-Strauß-Politik kann ein Vakuum in der Wahrnehmung erzeugen, das schnell mit Spekulationen gefüllt wird.

#### 7. konsequent

Sie lassen sich daran messen, auch über das, was möglich ist, zu sprechen. Auch wenn Sie vielleicht nicht alles sagen dürfen, schon aus rechtlichen Gründen. So bauen Sie nachhaltig Vertrauen in ihre Aussagen auf.

#### 8. kritikfähig

Sie sind selbstverständlich selbstkritisch, wenn in Ihrem Unternehmen etwas vorgefallen ist. Und Ihr Verständnis für kritische Blicke von außen unterstreicht Ihre Betroffenheit – und damit Ihre Glaubwürdigkeit in jeden Schritt zur Bewältigung der kritischen Situation.

#### 9. konstruktiv

Die Krise ist meist nur gemeinsam zu lösen, also spricht man auch miteinander nach außen. Nicht abgestimmte Botschaften verwässern nicht nur die Außendarstellung, sie gefährden auch die wichtige Kooperation zur Bewältigung der Krise.

#### 10. künftig

Was kann aus dem Umgang mit der Krise gelernt werden für all die Fälle, die zukünftig in ähnlicher Weise bei Ihnen oder anderen Unternehmen auftauchen könnten? Sprechen Sie darüber – das zeigt Empathie und Verständnis. Und es ist nicht zuletzt das finale Signal, Ihrem Unternehmen auch zukünftig vertrauen zu können.



Ansprechpartner

**Peter Jordan**

T: +49 89 89 35 63 416

p.jordan@engel-zimmermann.de

www.engel-zimmermann.de