



# 7 Regeln für Ihre Kommunikation in der Krise

Viele Krisen sind weder ein Unglück noch ein Skandal. Erst Kommunikationsfehler machen den Vorfall zur Krise.

Denn nicht Sie, sondern Dritte (Personen in der Öffentlichkeit, Kunden, Betroffene, Nichtbetroffene, Medien) bestimmen, ob Sie einen Skandal haben.

Daher hat die Vorbereitung zwecks Vermeidung einer Krise heute einen hohen Stellenwert. Die folgenden sieben Tipps können Ihnen helfen:

## 1. Die richtigen Kontaktpersonen

Wer muss informiert werden? (Betroffene, Anwohner, Mitarbeitende, Medien, Kunden)

In welcher Reihenfolge?

## 2. Die richtigen Kommunikationswege

Je wichtiger, desto schneller und persönlicher

Sicherstellen, dass wichtige Informationen beim Empfänger eintreffen und gelesen werden

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| · persönlich, telefonisch            | sehr wichtige Information, direkter Kontakt       |
| · E-Mail, Brief, SMS                 | persönlich-direkt, aber nicht so wichtig-dringend |
| · Website, PR, Inserat, Social Media | wenn Zielgruppe nicht exakt einzugrenzen ist      |

## 3. Eine Stimme

Eine Kontaktperson und Auskunftsstelle definieren

Sprachregelung festlegen (bspw. Bezeichnung des Ereignisses)

Keine widersprüchlichen Informationen: lässt vermuten, dass noch nicht alle Fakten auf dem Tisch liegen

Keine Alleingänge: voreilige Zugeständnisse können Folgen haben, bis hin zu rechtlichen Konsequenzen

## 4. Katalog mit Fragen und Antworten

Überlegen: Welche (kritischen) Fragen könnten auftauchen? Was muss die Öffentlichkeit wissen?

Fragen und dazu gehörende Antworten festhalten: das gibt Ihnen Sicherheit

Zahlen und Fakten stets griffbereit: das vermeidet fehlende oder falsche Informationen

Krise weder verheimlichen noch vertuschen: das macht alles nur noch schlimmer

Offensive Kommunikation kann – je nach Situation – sinnvoller sein als reaktives Handeln



koller.team gmbh  
Unteres Ziel 3  
9050 Appenzell

hoi@koller.team  
www.koller.team  
071 788 39 40

## 5. Botschaft definieren und wiederholen

Kernbotschaften definieren: für mündlichen und schriftlichen Gebrauch

Botschaften immer wieder repetieren: Psychologie des Lernens («wir schaffen das!»)

Trotzdem: Aussagen korrigieren bei wichtigen Änderungen

## 6. Begriffe besetzen

Definieren Sie selber einen neutralen Begriff für Ihre Krise (sonst machen es andere)

Transportieren Sie diesen Begriff in Ihrer Kommunikation – immer wieder

Beispiele: Euro-Krise, Brexit, Grexit, Abzocker-Initiative usw.

## 7. Rechtzeitige Kommunikation

Kommunikative Massnahmen schon in harmlosen Zeiten oder wenn sich ein möglicher GAU abzeichnet

Einblicke gewähren in Produktion, Arbeitsabläufe, Philosophie, Denkweise, Zielsetzungen

Je transparenter und vertrauter, desto mehr wird die Öffentlichkeit vertrauen, auch in der Krise

17. Januar 2019 / [emil@koller.team](mailto:emil@koller.team)