

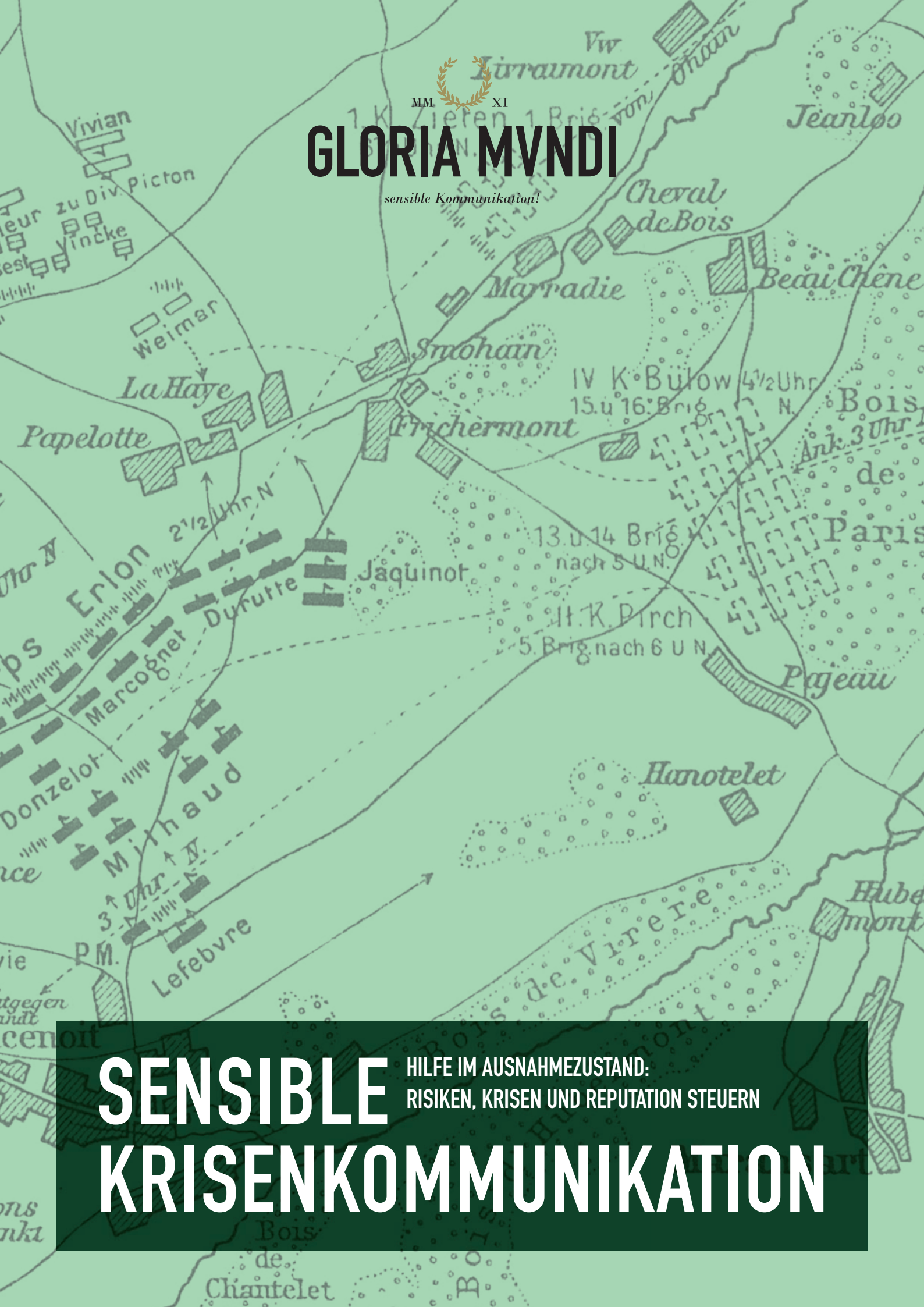


GLORIA MVNDI

sensible Kommunikation!

SENSIBLE KRISENKOMMUNIKATION

HILFE IM AUSNAHMEZUSTAND:
RISIKEN, KRISEN UND REPUTATION STEUERN





DIE ERSTEN 6 REGELN DER KRISENKOMMUNIKATION

[1] BEWAHREN SIE RUHE.

Nehmen Sie sich kurz Zeit zum Durchatmen. Erst denken, dann reden, denn was einmal ausgesprochen ist, bleibt es auch.

[2] REALISTISCHE ERWARTUNGEN.

Niemand kann die Krise ungeschehen machen, aber wir können durch Kommunikation Schäden weitestgehend minimieren. Medien, Beobachter und Dritte sollen fair über Sie reden und denken.

[3] KOMMUNIZIEREN SIE.

Wegducken hilft nicht. Kommunizieren Sie möglichst als Erster. So werden Sie Informationsquelle und überlassen keinem anderen die Deutungshoheit, auch im Nachgang nicht den Gerichten.

[4] LÜGEN SIE NICHT.

Fehler können passieren, aber Lügen zerstören Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Denn die Wahrheit kommt immer raus. Unwahrheiten sind ein Zeichen für Plan- und Hilflosigkeit und machen vor Gericht im Streitfall einen schlechten Eindruck.

[5] MACHEN SIE NOTIZEN.

Dokumentieren Sie Ihre bisherigen Aussagen und Gesprächspartner in der Krise. Die Materialsammlung ist übrigens für etwaige Folgeprozesse als Beweis unverzichtbar. Vor allem die nun notwendige Kommunikationsstrategie muss das schon Gesagte berücksichtigen.

[6] HOLEN SIE HILFE.

Konzentrieren Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen. Sie müssen das Ur-Problem – etwa einen Produktionsfehler oder Ähnliches – lösen. Suchen Sie juristischen Rat. Kommunikationsprofis wie wir halten Ihnen den Rücken frei.

KRISENTELEFON: +49 (0) 69 - 23 80 79 - 210

MELDEBOGEN BEI SCHADENSEREIGNISSEN UND KRISENFÄLLEN

[1] Bewahren Sie Ruhe.

[2] Machen Sie keine eigenen Aussagen oder Kommentare gegenüber betriebsfremden Personen.

[3] Machen Sie Notizen zu folgenden Fragen:

[a] Was ist wann (Datum, Uhrzeit), wie, wo passiert?

[b] Was ist der Schaden? Wer wurde geschädigt?

[c] Wem wurde das Ereignis bereits gemeldet?

[d] Wer hat bereits was, wann (Datum, Uhrzeit) erfahren?

[e] Gibt es Zeugen (Namen, Kontaktdaten)?

[f] Wird bereits von anderen Personen kommuniziert? Was und wann (Datum, Uhrzeit)?

[g] Warum kam es zu dem Ereignis?

[h] Wie war der Ablauf der Ereignisse?

[i] War mit dem Ereignis zu rechnen? Gab es bereits vorab Anzeichen?

[4] Melden Sie:

Informieren Sie Ihren Vorgesetzten [Telefonnummer eintragen.]:

Sollten Sie Ihren Vorgesetzten nicht erreichen, informieren Sie:

Pressestelle, Unternehmenskommunikation [Telefonnummer eintragen.]:

oder

Geschäftsführung, Vorstand [Telefonnummer eintragen.]:

oder

Gloria Mundi GmbH, Krisenkommunikation

069 - 23 80 79 - 210

Ihre Kontaktdaten [Name, Telefonnummer eintragen.]:

Nutzen Sie diese Seite als Kopiervorlage oder laden Sie sie herunter unter www.gloria-mundi.de/krisenkommunikation

WANN WIR HELFEN

Krisen können aus den verschiedensten Situationen entstehen. Hier haben wir einige der häufigsten Krisenarten für Sie aufgelistet:

[1] Produkt- und Fehlerkrisen

- Fehler mit Personenschäden, Kritik von Kunden, Konsumenten, Patienten
- Produktionsfehler, Rückrufe, Lebensmittelskandale
- negative Warentesturteile, Kritik an Produkt- und Leistungsqualität

[2] Mediale und öffentliche Krisen

- negative Berichterstattung
- kritische Presseanfragen, investigative Recherchen
- Demonstrationen und Aktionen von Kritikern

[3] Reputationskrisen

- Rufschädigung gegen Personen, Unternehmen, Institutionen, Marken
- politische Konflikte
- Angriffe von Gegnern und Konkurrenten

[4] Kriminalität und juristische Krisen

- Ermittlungs-, Straf- und Gerichtsverfahren unter Pressebeobachtung
- Rechts- und Compliance-Verstöße von Mitarbeitern
- kriminelle Bedrohungen, Produkterpressungen

[5] Ereigniskrisen

- Großschadensereignisse: Unfälle, Unglücke, Störfälle, Epidemien
- Mergers-&-Acquisitions-Krisen, Übernahmeschlachten

[6] Online-Krisen

- massive Protestwellen im Internet, sogenannte Shitstorms
- negative und beleidigende Beiträge von Einzelpersonen oder Pressure Groups
- in Blogs, Facebook-Meldungen, Tweets und dergleichen

Im Ernstfall stehen wir rund um die Uhr hinter Ihnen und können die gesamte interne und externe Kommunikation für Sie steuern und leisten. So reduzieren oder verhindern wir Reputationsschäden und damit verbundene Verluste. Gleichzeitig kann unsere Markenkommunikation den Glanz von Unternehmen, Institutionen und Menschen heller scheinen lassen, dank zielgruppensensiblen Kommunikationsstrategien.

WIE WIR HELFEN

[1] Risikobewältigung und Krisenprävention – In Friedenszeiten

- Risikomanagement: Risikobeurteilung und -bewältigung
- gezielt Krisenmanagement und -kommunikation planen
- Krisenszenarien für Restrisiken entwickeln und durchspielen
- Krisenhandbücher, Aktionspläne, Havariekonzepte entwickeln
- Medien- und Sprechtrainings
- Bitte beachten Sie hierzu auch unseren Leitfaden „Sensible Krisenprävention“

[2] Krisenvorbereitung und -monitoring – Vor der Krise

- Kriseninfrastruktur, -technik und Kommunikationsplattformen konzipieren und implementieren (Dark Sites, Krisen- und Bürgertelefone etc.)
- Positionierung festlegen, Argumente und Botschaften verfassen, Kommunikationsvorlagen erstellen
- Krisenursachenfrühaufklärung (Crisis Intelligence)
- dauerhafte Themenidentifikation und Gefahrenüberwachung (Issue-Antizipation, Issue-Scouting, Issue-Monitoring)
- integrale Kooperation mit Ihrem Krisenmanagement

[3] akut – In der Krise

- Krisenintervention
- Lagebeurteilung, Strategieentwicklung
- Leitung und Steuerung der Krisenkommunikation
- Entscheider- und Vorstandsberatung
- Mitarbeit im Krisenstab
- Argumente verfassen, Botschaften verbreiten
- Pressesprecher- und Vermittlertätigkeit
- Themen-, Risiken- und Gefahrenüberwachung in Internet und Medien (Issue-Monitoring, Issue-Tracking, Issue-Management)
- Gerichtsprozessbegleitung (Litigation-PR), Zusammenarbeit mit Ihren Anwälten

[4] Evaluation, Change-Kommunikation und Reputationswiederaufbau – Nach der Krise

- Krisenanalyse, Ereignisauswertung, Handlungsbewertung
- Wissensmanagements dank Lessons Learned
- Fortschreiben von Krisenhandbüchern und Aktionsplänen
- Reputationswiederaufbau, Neupositionierung
- Information und Gewinnung aller Anspruchsgruppen für den Wandel

Krisenmanagement muss zu jeder Zeit betrieben werden – auch in Friedenszeiten. Vorausschauendes Risikomanagement, handfeste Vorbereitung und sensible Krisenprävention können essentiell sein, um eine Krisensituation zu vermeiden. Zu diesem Zweck lohnt es sich, zurückliegende Krisen und potentielle Risiken zu analysieren, Ernstfall-szenarien durchzuspielen und sich risikospezifisch vorzubereiten. Das hilft Ihnen einerseits, diese Risiken zu minimieren oder auszuschalten, andererseits können Sie die Situation besser meistern, sollte der Krisenfall doch eintreten.



„EINE LÜGE IST, GANZ GLEICH, WIE GUT SIE AUCH GEMEINT SEIN MAG, IMMER SCHLECHTER ALS DIE BESCHEIDENSTE WAHRHEIT.“

ERNESTO GUEVARA

Menschen und Marken haben eine Reputation, haben eine Ehre. Ehre und Reputation werden in bestimmten Ausnahmeständen in Frage gestellt oder gar aktiv angegriffen. Die Gründe hierfür können vielfältig sein, die Freunde und Feinde ebenso.

Es gibt Krisensituationen, insbesondere wenn Sie angegriffen werden, in denen Kommunikation deeskalieren muss und die Diskussion auf ein sachliches Maß zu führen ist. Sachlichkeit, Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit sind dann die großen Tugenden. So sagte Ernesto Guevara über revolutionäre Kommunikation, dass die „verbreiteten Nachrichten wahr sein müssen. Eine Lüge ist, ganz gleich, wie gut sie auch gemeint sein mag, immer schlechter als die bescheidenste Wahrheit.“

Anders ist die Lage, wenn Sie Druck aufbauen müssen, um gehört zu werden, um andere als Befürworter und Unterstützer zu gewinnen. Dann muss Kommunikation feinfühlig und seriös eskalieren. Zwischen Spannung und Entspannung liegt ein schmaler Grat, Strategien müssen in feine Taktik überführt werden, die Klinge muss sicher, die Feder spitz sein. Hier hilft sensible Krisenkommunikation.

Bei juristischen Auseinandersetzungen nehmen Sie sich einen Anwalt als Rechtsbeistand. Der sorgt innerhalb der klaren rechtlichen Bewegungskorridore dafür, dass Sie die Nase vorn behalten, dass Ihre Positionen bei der Urteilsfindung maximal berücksichtigt werden. Der Gegner ist sichtbar, der Richter auch, die Verfahrensregeln sind definiert. Doch der viel schwierigere Richter, der schnell urteilt und keine klaren Rechtsnormen prüft, sind die Öffentlichkeit und mediale Meinungsführer. Damit Sie auch hier eine faire Chance haben, Ihre Reputation zu schützen, benötigen Sie sensible Krisenkommunikation. Diese unterstützt Sie zu jeder Zeit: in Friedenszeiten, vor der Krise, in der Krise, nach der Krise.

Wir unterstützen Sie in diesen Situationen, beraten Sie und stehen Ihnen bei. Damit steht Ihr erster Verbündeter schon mal fest. Vereinbaren Sie gerne ein unverbindliches Beratungsgespräch.



Christian Dietzel

christian.dietzel@gloria-mundi.de

+49 (0) 69 - 23 80 79 2 - 233

WAS DIE KRISE AUSZEICHNET

Die Krise ist ein intern oder extern verursachtes Ereignis, das einen konkreten Schaden oder ein Schadensrisiko herbeiführt. Sie schädigt nicht nur die Reputation oder Vermögenswerte der betroffenen Person oder Institution, sondern kann gar deren Existenz bedrohen. Krisenmanagement [I] hat das Ziel, diese Schäden zu verhindern oder zu reduzieren. Sensible Krisenkommunikation [II] ist ein Teil des Krisenmanagements und verfolgt dasselbe Ziel mit Mitteln der Kommunikation.

Allgemeine Kennzeichen einer Krisensituation sind ihre hohe Dynamik und gesteigerte Emotionalität. Durch die erhöhte Aufmerksamkeit Dritter wird ein großer Zeit- und Handlungsdruck auf die Betroffenen ausgeübt.

Meist ist die Krise als absoluter Ausnahmezustand gefürchtet. Doch ruhig Blut! Denn bei guter Krisenprävention, aufmerksamer Gefahrenantizipation und sensibler Krisenintervention ist ein selbstverständlicherer Umgang mit ihr möglich.

CHANCEN DURCH DIE KRISE

Eine Krise kann dann zur Chance werden, wenn sie kompetent pariert wird. Es kann sich daher sehr wohl lohnen, eine Situation gezielt eskalieren zu lassen. Denn: Der erfahrene Umgang mit einer Krisensituation wird von der Öffentlichkeit durchaus als positive Fähigkeit und Expertise anerkannt.

Krisen sind außerdem Umbruchsituationen, in denen eine besondere und seltene Freiheit zu Optimierungen und Erneuerungen herrscht. Sie erlangen zudem in ihnen eine mediale und öffentliche Aufmerksamkeit, die Sie in Friedenszeiten, also in der Routine, nur mit größten Marketingausgaben erreichen könnten. Beides – diese hohe Beachtung durch das Publikum und Ihr professionelles Krisenmanagement – müssen Sie nun als außergewöhnliche Gelegenheit zur positiven Selbstdarstellung und Präsentation Ihrer Kompetenz wahrnehmen. Mit der sensiblen Change- und Markenkommunikation von Gloria Mundi bringen wir so Ihre Marke sehr bald wieder zum Strahlen. Wir stehen zu Ihrer Verfügung. Wir sind Ihre Kommunikationsexperten mit jahrelanger Erfahrung.

Fordern Sie jetzt Informationen an!

[per Fax: +49 (0) 69 - 23 80 79 2 - 250 oder per E-Mail: zentrale@gloria-mundi.de]

Ich interessiere mich für:

Krisenkommunikation Reputationsmanagement

Pressearbeit Change-Kommunikation

Online-Krisenkommunikation (Shitstorms, Social Media)

gezielte Kriseneskalation zu Ihren Gunsten

KRISENLÖSUNGEN: WANN WIR WIE HELFEN

IN FRIEDENSZEITEN

Risikobewältigung und Krisenprävention

VOR DER KRISE

Krisenvorbereitung und -monitoring

IN DER KRISE

akute Hilfe im Ernstfall

NACH DER KRISE

Evaluation, Change-Kommunikation und Reputationswiederaufbau

Gloria Mundi ist Ihr Spezialist für sensible Krisen- und Markenkommunikation in Frankfurt. Im Ernstfall stehen wir als Agentur für Krisenkommunikation rund um die Uhr hinter Ihnen und können die gesamte interne und externe Kommunikation für Sie steuern und leisten. So reduzieren oder verhindern wir Reputationsschäden und damit verbundene Verluste. Als Menschen mit einem ausgesprochen großen Gespür für Markenkommunikation können wir gleichzeitig den Glanz von Unternehmen, Institutionen und Menschen heller scheinen lassen, dank zielgruppensensiblen Kommunikationsstrategien. Wir stehen zu Ihrer Verfügung. Wir sind Ihre Kommunikationsexperten mit jahrelanger Erfahrung.

KRISENTELEFON:

+49 (0) 69 - 23 80 79 - 210



GLORIA MUNDI GMBH

Danneckerstraße 39a · 60594 Frankfurt

Telefax: +49 (0) 69 - 23 80 79 2 - 250

zentrale@gloria-mundi.de · www.gloria-mundi.de