

Mit kühlem Kopf durch die Krise!



Herbstanlass KMU Frauen Bern, 10.09.2024

Krisenkommunikation: Warum?

- Cybercrime-Phänomen
- 1 Sekunde kann alles verändern
- Shitstorm / Social Media: Jeder(r) ist öffentlich!
- Kein Generalrezept – Denkanstöße

Krisenkommunikation: Aktuelle Beispiele



Maria und Jesus als Zielscheibe: Mit diesem Instagram-Post sorgt Sanja Ameti für Empörung.

Krisenkommunikation: Verschiedene Ebenen

- Unternehmen / KMU
- Unternehmens-Leitung
- Mitarbeitende
- Privatperson / einzelne Personen

Krisenkommunikation: Beispiele

Das schlechte Beispiel:



Krisenkommunikation: Beispiele

Das gute Beispiel:



Krisenkommunikation: Vorbereitet sein!

- Kurzes Kommunikationskonzept / Liste
- Wer kommuniziert? Schlüsselpersonen?
- Wer wird zuerst informiert?
- Über welche Kanäle wird informiert?

Krisenkommunikation in der Krise:

- Ruhe bewahren, weil es pressiert!
- Sprachregelung festlegen
- Keine Schnellschüsse, v. a. auch nicht via Social Media
- Interne Kommunikation sicherstellen!
- Externe Hilfe anfordern

Medienanfragen in der Krise:

- Sprachregelung zur Hand nehmen
- Kernbotschaft definieren: 2 – 3 Hauptaussagen
- Elektronische Medien: Vorgespräch führen
- Klare kurz Antworten geben; JA oder NEIN erwünscht

Medienanfragen in der Krise:

- Aufrechte Haltung / Mit beiden Beinen auf dem Boden
- Kurze Sätze machen
- Vorbereitete Hauptbotschaften platzieren
- Statement immer direkt mit der Antwort beginnen

Medienanfragen in der Krise:

- Gegenlesen der Zitate
- Abhören oder Ansehen des Interviews
- Recht auf Gegendarstellung: Nur bei falschen Fakten!

Fazit – Erfolgreiche Krisenkommunikation:

- Vorbereitet sein hilft Fettnäpfchen vermeiden
- Keine Schnellschüsse!
- Karten auf den Tisch legen, Krise aussitzen hilft selten
- Krise oder Ärger im Job: Einmal «drüberschlafen» hilft!

Bei Fragen:

info@bernerkmu.ch

oder

nina.zosso@bernerkmu.ch

Merci viumau für d'Ufmerksamkeit!

Checkliste Krisenkommunikation

Grundsätzlich

Aufmerksam sein:

- Anzeichen einer möglichen Krise früh erkennen: z.B. auch kleine Pressemeldungen oder beiläufige Bemerkungen hinterfragen.

Organisiert sein:

- Wissen, wo die Liste der häufig gestellten Fragen (FAQ's) zugänglich sind und deren Antworten kennen

Nachhaltig sein:

- Informationsfluss intern und extern über längere Zeit planen und anordnen.

Informiert sein:

- Erreichbarkeit von Schlüsselpersonen und deren Stellvertretern sicherstellen. Listen erstellen und periodisch überprüfen.

Kriseneintritt

- „Ruhe bewahren weil es pressiert“
- Entscheiden: Auf welcher Stufe wird kommuniziert? Sprachregelung festlegen.
- Interne Kommunikation sicherstellen
- Tagesgeschäft nicht vernachlässigen: Sonderaufgaben delegieren!
- Erreichbarkeit und Ablösung organisieren
- Berichterstattung verfolgen, Journal führen
- Externe Unterstützung anfordern

Medienanfrage

- FAQ-Liste zur Hand nehmen (wenn vorhanden)
- Keine voreiligen Ankündigungen machen, keine Gerüchte verbreiten
- „JA“ oder „NEIN“ sind erwünscht und erlaubt!
- Besser als „No comment“ ist: Erklären, warum „No comment“!
- Bei TV-Statements: Vorgespräch führen, Recht auf Wiederholung nutzen
- Allgemein: Kernbotschaft vorformulieren und einbringen, kurze Antworten, keinen Interpretationsspielraum lassen
- Immer bedenken: Irgendwann und irgendwie kommt alles an die Oberfläche!

Checkliste Interview / Medienanfragen

Vor dem Interview

- Das Themengebiet und mögliche Fragen vorgängig mit dem Journalist abklären (Welche anderen Protagonisten kommen vor? Allenfalls Reaktionen vorbereiten)
- Anfrage ob Live-Übertragung oder Aufzeichnung
- Notwendige Informationen sammeln, besteht eine Sprachregelung?
- 3 bis 5 Hauptbotschaften definieren
- Mögliche Orte für das Interview vorsehen / keine „Aufräumaktionen“
- Kurz vor dem Interview die Hauptbotschaften wiederholen

Während des Interviews

- Aufrechte Haltung einnehmen, „mit beiden Beinen auf dem Boden stehen“
Bei Bedarf mit den Händen gestikulieren, Hände nicht in die Hosentaschen
Ruhig atmen
- Während des Sprechens den Journalist ansehen / nie in die Kamera!
Ausnahme: Direktbotschaften via Handy für Socialmedia
- Kurze und informative Antworten geben, im Radio und TV sind die Statements in der Regel 20 Sekunden lang, Kernaussage muss also in 20 Sekunden gemacht werden können!
- Kurze Sätze machen (wer-was-wann-wie-wieviel)
- Vorbereitete Hauptbotschaften platzieren und wenn nötig zentrale Begriffe und Aussagen wiederholen, aber aufpassen, dass die Antworten nicht auswendig gelernt wirken!
- Bei Bedarf Betroffenheit ausdrücken
- Wichtigste Botschaft im Satzsatz wiederholen
- Statement immer direkt mit der Antwort beginnen, nicht die gestellte Frage wiederholen

Nach dem Interview

- Gegenlesen der Zitate oder Abhören / Ansehen des Interview (darf verlangt werden) Nur Missverständnisse oder Fehler korrigieren. Der Artikel gehört dem Journalisten! Bereitschaft für weitere Auskünfte ausdrücken
- Falls mit dem Beitrag zufrieden: Kurzes Feedback an den Journalisten (nicht nur bei Reklamationen)