

KOMMUNIKATION UND KRISE

Nun schlägt er mit voller Wucht zu. Der Tsunami bricht über uns herein. Ob Private, ob Unternehmer: Die meisten von uns wurden unvorbereitet auf dem linken Fuss erwischt.

Ein Blick auf Websites vermittelt aber einen Eindruck von Courant Normal. Keine Spur von Notstand. Keine Information darüber, was die beschlossenen Massnahmen für die Kunden bedeuten.

Obwohl klar ist, dass die meisten Unternehmer von ganz anderen Sorgen geplagt sind, darf man die Kunden jetzt nicht aus dem Fokus verlieren, im Gegenteil. Gerade in der Krise ist ziel- und zeitgerechte Information eine noch wertvollere und nachhaltigere Dienstleistung. Leider sind viele Unternehmen – ganz unabhängig von ihrer Grösse – weder mental und fachlich, noch organisatorisch oder technisch auf Ausnahmesituationen vorbereitet. Schon gar nicht auf Krisen in der aktuellen Dimension.

Die Krisenkommunikation beginnt mit der Beurteilung der Gefahren – dies möglichst aktuell, denn sie verändern sich mit der Welt. Viele Unternehmer setzen sich mit diesen Faktoren täglich auseinander, wissen, darauf zu reagieren – das macht im Endeffekt das Unternehmertum aus. Punkto Kommunikation sieht das zu häufig ganz anders aus: Aus unserer jahrelangen Erfahrung verfügen die wenigsten Unternehmen über ein eigenes Krisenkommunikationskonzept. Sie können zwar den Notfallplan, alle -nummern, aber kein -informationsschema aus der Schublade ziehen. Dabei ist eine Vorbereitung keine grosse Hexerei und orientiert sich wie jede analoge und digitale Kommunikation nach der Lasswell-Formel: Wer? Sagt Was? Zu Wem? Durch welchen Kanal? Mit welchem Effekt?

Bei der Frage nach dem Wer?, geht es nicht in erster Linie darum, das Unternehmen und seine Leistungen zu positionieren. Vielmehr wird verbindlich geregelt, welche Person mit den einzelnen Zielgruppen kommuniziert. Es gibt lediglich eine Ansprechperson (Stellvertretungen sind selbstverständlich ernannt) und die Mitarbeitenden wissen, dass sie nicht auskunftsberechtigt sind und an wen sie bei Anfragen verweisen müssen. Auch bei Filialen zeichnet diese eine Stelle für die Kommunikation verantwortlich. Der Inhalt aller Kommunikation ist definiert, wird laufend aktualisiert.

Das Was? ist stringent und transparent, spezifisch und konsistent. Beim Wem?, der Frage nach den Zielgruppen, gilt wie immer: Mitarbeitendeninfo zuerst. Für interne und externe Kommunikation werden spezifische und separate Kanäle etabliert und gepflegt. So werden mehrere Ziele erreicht: Mitarbeitende, Kunden und Partner finden (nicht suchen) relevante Informationen mit minimalem Aufwand auf ihrem eigenen Kanal. Um sämtliche Ressourcen zu bündeln, wird jeweils nur ein Kanal mit Krisenkommunikation versehen – es ist gar nicht möglich, alle Kanäle aktuell und konsistent zu halten.

Last but not least: Es gibt ein Leben parallel und nach der Krise: Auf den anderen Kanälen werden die «gewohnten» Inhalte unter die Leute gebracht. Wesentlich und von Lasswell nicht erwähnt, ist der Zeitpunkt: das Wann? Wie in anderen Bereichen müssen sich Unternehmer einen Vorsprung erarbeiten, mit der Kommunikation einen Schritt voraus sein. Das setzt neben der Kriseneinschätzung ein Denken in Szenarien und die entsprechend vorgedachten oder vorformulierten Informationsbausteine voraus.

Den berühmten Schritt voraus sein, betrifft auch die Nachkrisenkommunikation: Irgendwann ist die Welle über. Wer sich weder kommunikativ noch sonstwie darauf vorbereitet hat, wie die Maus vor der Schlange zuwartet, wird verschlungen. Wer sich auf die Zeit während und nach der Krise vorbereitet, zeigt, dass er mit aussergewöhnlichen Situationen nicht nur kommunikativ umgehen kann, der wird Wettbewerbsvorteile ziehen, für den nächsten Aufschwung bereit sein. Der wird dieser Welle nicht entkommen, wird aber immerhin nicht voll getroffen und schneller aufstehen.

Deshalb geht es für uns als Unternehmer jetzt darum, diese Kommunikationskrise – und das ist jede Form von Informationsabstinentz – durch professionelle Krisenkommunikation zu ersetzen. Die Vorlage stellen wir Ihnen gern unverbindlich zur Verfügung.