

# Nicht den Kopf in den Sand stecken Tipps für ein professionelles Krisenmanagement, wenn die Firma plötzlich in Schieflage gerät / Teil 1



Eine Unternehmenskrise stellt sich oft vermeintlich unangekündigt ein. Ängste, Klagen, Unwissenheit. Investoren wenden sich ab, die Konkurrenz wirbt unternehmenseigene Kunden. Verzweifelte Geschäftsführer, weinende Mitarbeiter, panische Internetrecherchen – immer in der Angst, neue Schreckensmeldungen über das eigene Unternehmen zu lesen. Ein unerträglicher Zustand. Doch es gibt Möglichkeiten, unerwarteten Krisen vorzubeugen oder ihnen – wenn schon begonnen – bestmöglich und professionell zu begegnen. Von David Rölleke.

## **Reputation oder Ruin?**

Das Fiese an Unternehmenskrisen ist schnell erklärt: Sie kommen mit voller Wucht. Abrupt. Schlagartig. Übergangslos. Bevor die Geschäftsführung den ersten klaren Gedanken fassen kann, klingeln bereits Medienvertreter an, erste Gerüchte entstehen, Falschmeldungen tauchen auf, soziale Netzwerke werden hellhörig, vielleicht kommt es sogar zu einem offiziellen Polizeieinsatz. Kurzum: Die Nachricht pulsiert. Sie schlägt Wellen. Der Druck wächst ins Unermessliche. Die

Angst, jetzt falsch zu reagieren, sitzt tief und sie ist berechtigt, denn schon wenige Worte können im schlimmsten Falle irgendetwas zwischen Reputationsverlust oder Ruin bedeuten. Und mal ehrlich: beides klingt nicht gerade verlockend. Werden dann aus Angst und Unsicherheit Beweise vertuscht oder Sündenböcke gesucht, ist das Kind in den Brunnen gefallen. Und mit ihm das gesamte Krisenmanagement.

## **Das Unerwartete erwarten. Was tun, wenn die Krise beginnt?**

Wie gut, dass Sie etwas dagegen tun können. Nämlich das Unerwartete erwarten – immer und überall. Im besten Falle lange vor einer möglichen Krise. Denn die Sicherheit, im Notfall genau zu wissen, was jetzt zu tun ist, ist der Schlüssel zu einem funktionierenden und erfolgreichen Krisenmanagement. Ihr Stichwort: ein Krisenplan! Dafür gehen Sie mit einem Experten mögliche Risikofaktoren durch oder besprechen Fälle, die vielleicht schon in der Vergangenheit einmal brisant waren. Im Krisenplan wird festgelegt, wie im Falle X gehandelt wird, wen man anruft und vor allem: was man nicht tut. Der riesige Vorteil: Ihr Krisenmanager kennt Ihr Unternehmen bereits und kann schon professionell übernehmen, wenn er eigentlich noch auf der Autobahn ist.

## **Drei Engel fürs Krisenmanagement – wer Sie im Ernstfall unterstützt**

Wer jeder Krise schon im Vorfeld gewappnet sein will, der kümmert sich zunächst um einen erfahrenen Krisenmanager. Er kommt optimalerweise aus der Medienbranche und übernimmt ab sofort den Medienkontakt. Das verschafft nicht nur Zeit, sondern erhöht auch die Qualität der Stellungnahmen.

Ebenso wichtig ist ein guter Anwalt, der die jeweilige Situation sofort juristisch beurteilen kann. Je eher er Einblicke in Risikofaktoren und Unternehmensinterna bekommt, desto schneller kann er im Ernstfall die Situation überblicken.

Nicht zu vernachlässigen ist ein erfahrener Online-Marketing-Experte, der sich der gesamten Onlinekommunikation annimmt, die Bewegungen in sozialen Netzwerken überprüft, Kommentare beantwortet oder Stellungnahmen veröffentlicht. Gerade in Zeiten von Facebook, Instagram und Co. ein nicht zu unterschätzender Faktor!

## **Cool down – Head up. Mit diesen Tipps bleiben Sie auch in der Krise entspannt**

- Bleiben Sie stets ruhig und agieren Sie durchdacht und geplant.
- Holen Sie sich Unterstützung in den Bereichen Krisenmanagement, juristische

Beratung und Online-Marketing/Reputationsmanagement.

- Seien Sie ehrlich und gestehen Sie dem Krisenstab auch eventuelles Fehlverhalten ein.
- Unterrichten Sie Ihre Mitarbeiterschaft genau, wie sie sich in dieser Krise verhalten sollen, damit unerwünschte Negativmeldungen vermieden werden.
- Denken Sie nie, dass eine Krise nur die Anderen trifft und stellen Sie schon im Vorfeld einen Krisenplan mit Experten auf.

## Der Autor



*David Rölleke*

David Rölleke ist ein in ganz Deutschland aktiver PR-Manager. Er betreut Wirtschaftsunternehmen und Prominente sowohl in Kommunikations-fragen wie auch im Krisenmanagement. Seine Karriere begann er als PR-Spezialist für exklusive TV-, Print- und Onlinemedien.