

# Krisenmanagement / Teil 4: Professionelle Medienarbeit in der Krise



Eine Unternehmenskrise stellt sich oft vermeintlich unangekündigt ein. Ängste, Klagen, Unwissenheit. Doch es gibt Möglichkeiten, unerwarteten Krisen vorzubeugen oder ihnen – wenn schon begonnen – bestmöglich und professionell zu begegnen. Ein gutes Krisenmanagement funktioniert nur mit den richtigen Experten. Auch und gerade für den Umgang mit den Medien. Von David Rölleke.

Kennen Sie das? Ein unüberlegter Satz und schon steht er wenige Minuten später in Boulevardmedien und Klatschmagazinen. Autsch – das tut weh! Und noch viel schlimmer: er ist kaum wieder gut zu machen. Kurzum: professionelle Kommunikation nach außen ist für jedes Unternehmen wichtig. In der Krise sogar überlebenswichtig! David Rölleke kennt als PR-Profi und Krisenmanager beide Seiten und weiß, wie der professionelle Umgang mit den Medien die Krise minimieren und sie sogar in die richtige Richtung lenken kann.

## **Tun Sie weder das eine, noch das andere**

Wer mit seinem Unternehmen in eine Krise rutscht, reagiert der Erfahrung nach entweder mit unüberlegten Aussagen oder völligem Schweigen. Und es sei Ihnen direkt gesagt: beides ist grundlegend falsch, um in der Krise als professionell agierendes Unternehmen wahrgenommen zu werden. Was also tun, um die Medien für sich zu nutzen und die Krise in ruhigere Bahnen zu lenken?

Zunächst einmal: stellen Sie die Kooperation mit Medienvertretern nicht in

Frage. Anfragen werden kommen. Und ja, vielleicht sind sie auch völlig falsch, provozierend und ärgerlich. Aber sei's drum: Sie müssen reagieren! Je früher Sie den Switch im Kopf schaffen, Medien als Verbündete statt als Gegner zu sehen, desto eher arbeitet die Presse für statt gegen Sie.

## **Verantwortlichkeiten klären**

Damit die Presse für Sie arbeiten kann, sind ein konkreter Krisenplan und die Klärung von Verantwortlichkeiten wichtig. Wer macht was? Mit wem? Wofür? Und vor allem: welche Informationen werden herausgegeben? Direkt danach schließt sich die Frage nach dem wie an. Und hier liegt tatsächlich ein weiterer wichtiger Schlüssel zum Glück: je professioneller und authentischer ein Unternehmen nach außen wirkt, desto besser ist das für Ihr Krisenmanagement. Hier lohnt sich das Engagement eines professionellen Pressesprechers allemal. Er übernimmt ab dem Zeitpunkt der Krise die gesamte Kommunikation nach außen. Bestenfalls ist er im Umgang mit Medien geübt, rhetorisch stark und kann auch mit starkem Druck und Provokationen umgehen. Schlagfertigkeit, Persönlichkeit und Authentizität sind weitere wichtige Eigenschaften in der Krise.

## **Die journalistische Gegenstellungnahme**

Haben Medien bereits Berichte veröffentlicht, die Ihrem Unternehmensimage schaden und die einzig und allein auf Eigenrecherche der Medien basieren, kommt auch eine Gegenstellungnahme in Betracht. Auch hier gilt: Professionalität hat oberste Priorität! Ihre Stellungnahme sollte sprachlichen und journalistischen Gesetzen folgen und – auch wenn es um juristische Vorgänge geht – in einer einfachen, verständlichen Sprache verfasst sein. Kurzum: hier sind viel Feingefühl, Journalismus-Kenntnisse und Sprachtalent gefragt.

## **Erst intern – dann extern**

Häufig handeln Unternehmen in der Medienarbeit vorschnell und bereuen diese Schnelligkeit später sehr. Insbesondere dann, wenn die Mitarbeiter nicht einbezogen werden. Wichtigster Grundsatz: informieren Sie erst Ihre Mitarbeiter, bevor Sie Informationen an die Presse rausgeben. Nichts kann das Vertrauen schneller zerstören, als bislang unbekannte Informationen und Aussagen, die erst über die Presse zu Ihren Mitarbeitern gelangen. Abschließend wichtig: es sollten nur sinnvolle und komplett gesicherte Informationen das Unternehmen verlassen. Denken Sie daran: Ihr Unternehmen wird auch danach beurteilt werden, wie Sie jetzt mit der Krise umgehen.

## **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.

**Teil 1 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+M Onlinemagazin [hier](#)**

**Teil 2 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+ Onlinemagazin [hier](#)**

**Teil 3 der Krisenmanagement-Serie finden Sie im W+ Onlinemagazin [hier](#)**