Kommunikation in Krisenzeiten

Kommunizieren in einer Krisensituation will gelernt und gelebt sein. Das erfordert Aufwand und Aufmerksamkeit. Die meisten Behörden haben qualifizierte Mitarbeitende für die Öffentlichkeitsarbeit im Einsatz, doch deren Tagesgeschäft ist proaktives Handeln, z. B. strategisch gewünschte Informationen in der Öffentlichkeit zu platzieren. Doch in einer Krise fordern plötzlich die (regionalen) Medien Stellungnahmen und Informationen, d. h. schnelles, aber dabei umsichtiges Reagieren ist gefragt. Es empfiehlt sich eine gezielte Vorbereitung für derartige Situationen und zwar mit Blick auf technische sowie personelle Ressourcen als auch auf Abläufe und Prozesse. [1]

Gute Vorbereitung zahlt sich in aller Regel dahingehend aus, dass man diese schneller und besser hinter sich lassen kann. Im Rahmen der Vorbereitung sind die potentiellen Krisenfälle zu identifizieren und die erforderlichen bzw. gewünschten Kommunikationsmaßnahmen und -mittel zu definieren. Da ein geschlossenes Auftreten der kommunizierenden Organisation wichtig ist, sollte sich auch im Vorfeld darauf verständigt werden, wer im Krisenfall kommuniziert, d. h. im Idealfall genau eine Person bspw. jemand aus der Chefetage oder der/die Pressesprecher*in. Sämtliche Festlegungen und Regelungen sollten inkl. eines Ablaufplans intern dokumentiert werden. [2]

Es gibt forstwirtschaftliche Krisen, die für die Bevölkerung nicht von großem Belang sind, wohingegen andere wie z. B. überregionale Sturmereignisse oder Waldbrände Emotionen und großes Interesse hervorrufen. Daneben schenkt die Öffentlichkeit immer auch Betrugsfällen, Missmanagement oder Unfällen eine erhöhte Beachtung. Kommuniziert eine Organisation regelmäßig mit und in die Öffentlichkeit, fällt es negativ auf, wenn die Kommunikation in einer kritischen Situation plötzlich eingestellt wird. Ganz abgesehen davon, dass Behörden zur Auskunft gegenüber der Presse laut den Landespressegesetzen verpflichtet sind und man durch passives Verhalten die Kommunikation vollständig anderen überlässt und auf jegliche Einflussnahme verzichtet. [3]

Bei wetterbedingten Schadensereignissen wie bspw. Sturmschäden sollte man das auftretende Interesse nutzen, um Verständnis und Toleranz für die Aufarbeitung zu generieren sowie mittels laufender Berichterstattung während der Sturmholzaufarbeitung wichtige Botschaften, wie z.B. „ohne Pflege des Waldes kein Holz“ zu transportieren. [4]

Wichtig ist auch, die interne Kommunikation - von Förster zu Förster - nicht zu vernachlässigen, denn er Mitarbeiter sind die besten Multiplikatoren für die Kommunikation nach außen. Somit kann es sich böse rächen, wenn die Mitarbeiter*innen vor Ort in den Flächen ihre Informationen aus der Lokalpresse beziehen müssen. Vertrauen zu einem Arbeitgeber muss in der Mitarbeiterschaft langfristig aufgebaut und gepflegt werden. Aber es lohnt sich, denn mit wachsender Verbundenheit steigt die Bereitschaft, Arbeitgebern in Krisenfällen den Rücken zu stärken. [5]

Übrigens lässt sich das WALD-WIKI ganz einfach als digitaler Kanal nutzen, um schnell und auf vielfältige Art und Weise, Kriseninformationen zu kommunizieren. [6]

Quellen:

[1] Gut vorbereitet in die Krise, Online auf waldwissen.net, Zugriff am 21. Oktober 2019

[2] Das 1 x 1 der Krisenkommunikation, Online auf waldwissen.net, Zugriff am 21. Oktober 2019

[3] Öffentlichkeitsarbeit in schweren Zeiten, Online auf waldwissen.net, Zugriff am 21. Oktober 2019

[4] Öffentlichkeitsarbeit nach Sturmereignissen, Online auf waldwissen.net, Zugriff am 21. Oktober 2019

[5] Von Förster zu Förster – interne Kommunikation in Krisenfällen, Online auf waldwissen.net, Zugriff am 21. Oktober 2019

[6] Zielgruppe: Forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse, Online auf waldwiki.de, Zugriff am 21. Oktober 2019

From:
https://www.wald-wiki.de/ -

Permanent link:
https://www.wald-wiki.de/wald_u_gesellschaft/zielgruppenansprache/pr/krisenkommunikation

Last update: **2020/10/10 00:59**