

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]

Wer sich fragt, Warum Krisenkommunikation? Die meisten forstwirtschaftlichen Krisen sind für die Bevölkerung nicht von Belang. Andere hingegen, dazu zählen überregionale Sturmereignisse und große Waldbrände, rufen ein großes Interesse hervor und wecken Emotionen. Neben den speziell forstlichen Krisen können ebenso Betrugsfälle, Missmanagement oder Unfälle eine erhöhte Beachtung bei Interessensvertretern und in der Öffentlichkeit auslösen. Wird die Kommunikation in brenzligen Situationen eingestellt oder die Floskel „Kein Kommentar“ gegenüber den Medienvertretern geäußert, dann entsteht der Eindruck, dass etwas verschwiegen wird. Zudem sind Behörden zur Auskunft gegenüber der Presse laut den Landespressegesetzen verpflichtet. Durch passives Verhalten überlässt man das Feld anderen und hat keinerlei Einfluss auf die Berichterstattung über das Ereignis. [3]

Durch die Sturmschäden stößt der Wald und die Forstwirtschaft immer und insbesondere auf lokaler Ebene auf eine hohe Medienresonanz, auch wenn die erste große Begeisterung („only bad news are good news“) schnell vorbei ist. Dieses Interesse sollte genutzt werden, um Verständnis und Toleranz für die Aufarbeitung zu wecken. Gleichzeitig können über die laufende Berichterstattung aus der Sturmholzaufarbeitung wichtige Botschaften, wie z.B. „ohne Pflege des Waldes kein Holz“ transportiert werden. [4]

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

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

Permanent link:
https://www.wald-wiki.de/wald_u_gesellschaft/zielgruppenansprache/pr/krisenkommunikation?rev=1571651471

Last update: **2020/10/10 00:11**

