

PHASE 1: Risiken erkennen (Präventionsphase)



Prävention ist beim Krisenmanagement von entscheidender Bedeutung, da sie hilft, potenzielle Risiken frühzeitig zu erkennen und zu minimieren, bevor sie zu schwerwiegenden Problemen eskalieren. Durch präventive Maßnahmen können Unternehmen und Organisationen ihre Widerstandsfähigkeit stärken, Handlungssicherheit gewinnen und Schäden für Reputation, Finanzen und Betrieb verhindern oder verringern.

Proaktives Krisenmanagement ermöglicht es, in stressigen Situationen schneller und gezielter zu reagieren, was den Erfolg in der Bewältigung der Krise maßgeblich beeinflusst.

STEP 1: KRISENTEAM definieren

Das Krisenteam spielt eine zentrale Rolle im Krisenmanagement, indem es:

- **Schnelle Reaktion ermöglicht:** Das Team ist darauf vorbereitet, umgehend auf Krisensituationen zu reagieren und koordiniert Maßnahmen zu ergreifen.
- **Fachwissen bündelt:** Es bringt Experten aus verschiedenen Bereichen zusammen (z.B. ÖA, IT, Recht), um umfassende Lösungen zu entwickeln und fundierte Entscheidungen zu treffen. Je nach Krise kann das Team im Akutfall fachlich ergänzt werden (z.B. Caritaspastorale, Seelsorge, Klima)
- **Kommunikation steuert:** Das Krisenteam sorgt für klare, konsistente und zeitnahe Kommunikation sowohl intern als auch extern, um Missverständnisse zu vermeiden, Transparenz zu erzeugen und Vertrauen zu erhalten.
- **Ressourcen koordiniert:** Es stellt sicher, dass die notwendigen Ressourcen mobilisiert werden, um die Krise effektiv zu bewältigen.
- **Situationsanalyse durchführt:** Das Team analysiert die aktuelle Lage, um die Krise besser zu verstehen und die richtigen Strategien zur Bewältigung zu entwickeln.
- **Nachbereitung und Lernen ermöglicht:** Nach der Krise evaluiert das Team den Verlauf und die Maßnahmen, um daraus zu lernen und zukünftige Krisen besser zu bewältigen.

Insgesamt trägt ein Krisenteam maßgeblich dazu bei, die möglichen und realen Auswirkungen einer Krise zu minimieren und das Unternehmen stabil und handlungsfähig zu halten.

Rollen und Aufgaben des Krisenteams

Zusammensetzung Basis: Kommunikationsteam (Pressesprecher, Medien/Social-Media), IT, Recht, Verwaltung und Führungsebene.

Rollenverteilung: Klare Zuweisung von Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Kommunikationswegen.

Regelmäßige Schulungen und Übungen: Durchführen von Krisensimulationen und „Ernstfallproben“ (auch Medientraining)

Risikoanalyse und Krisenpotenzial bewerten: Identifizierung von Risiken: Interne und externe Faktoren, wie Cyberangriffe, Naturkatastrophen oder Fehlverhalten in der Branche.

Szenarien entwickeln: Worst-Case-Szenarien entwerfen und potenzielle Reaktionen planen.

Leitung

Das Krisenteam wird in der Regel von einer oder mehreren Personen geleitet, die folgende Eigenschaften und Qualifikationen aufweisen sollten:

Krisenmanager oder Krisenbeauftragter: Diese Person ist speziell für das Krisenmanagement verantwortlich und hat Erfahrung im Umgang mit Krisensituationen. Sie koordiniert die Aktivitäten des Teams und ist oft der Hauptansprechpartner.

Führungskraft: Oft wird eine Führungskraft aus der Unternehmensleitung (Geschäftsführung, Vorstand) als Krisenteamleiter benannt. Dies stellt sicher, dass Entscheidungen schnell und mit dem nötigen Einfluss getroffen werden können.

Fachbereichsleitung: Je nach Art der Krise kann auch ein Leiter eines relevanten Fachbereichs aus dem Team die Leitung übernehmen, um spezifisches Fachwissen einzubringen und die entsprechenden Ressourcen zu mobilisieren.

Unabhängig von der genauen Person oder Position, die das Krisenteam leitet, ist es wichtig, dass die leitende Person über starke Kommunikationsfähigkeiten, Entscheidungsfreude und die Fähigkeit verfügt, unter Druck ruhig zu bleiben. Zudem sollte sie das Vertrauen des Teams (und der Stakeholder) genießen, um effektiv handeln zu können.

STEP 2: Erstellung eines KRISENLEITFADENS/KRISENPLANS

Ablaufplan: Strukturierter Notfallplan für den Krisenfall mit spezifischen Maßnahmen für jede Phase.

Kernbotschaften und Textbausteine: Vorformulierte Botschaften/Zitate für Presse, Social-Media und Stakeholder.

Best-Practice-Beispiele

Checklisten: Übersichtliche Checklisten, z.B. für Cyberangriffe oder Naturkatastrophen.

Proaktive Social-Media-Strategie: (Monitoring-Tools: Beobachtung sozialer Netzwerke, um auf aufkommende Krisen frühzeitig zu reagieren, Netiquette: Eindeutige Richtlinien für den Umgang mit Kommentaren und Interaktionen definieren.