|  |  |
| --- | --- |
| **Dos und Don’ts für Ihre Kommunikation in Krisensituationen** | |
| Eine professionelle Krisenkommunikation, die Handlungswirkung entfaltet, zeichnet sich durch diese 3 Eigenschaften aus: gutes Timing, Klarheit, Glaubwürdigkeit. Das bestätigt der bekannte Kommunikationsstratege Dr. Karsten Bredemeier ([www.dr-bredemeier.de](http://www.dr-bredemeier.de)). Auch das Weiterbildungsportal [www.kursfinder.de](http://www.kursfinder.de) gibt hierzu nützliche Tipps. | |
| **Das sollten Sie vermeiden** | **Das sollten Sie tun** |
| 1. **Timing: Wenn Sie zu spät informieren, geben Sie Anlass zu Kritik**   Schulleiterin Melanie Melchert informiert ihr Kollegium über den Rahmen-Hygieneplan ihres Ministeriums erst, nachdem der Lehrerrat sie dazu aufgefordert hat. In der Zwischenzeit haben sich im Lehrerzimmer Getuschel und Kritik an Frau Melcherts Krisenkommunikation breitgemacht.   1. **Klarheit: Wenn Sie um den heißen Brei herumreden, setzen Sie nichts in Gang**   Das Lehrerzimmer der Schule muss freigeräumt werden, da der Schulträger dort eine desinfizierende Grundreinigung vornehmen will. Rektor Karl Riemann weiß, dass er seinem Kollegium eine zusätzliche Aufgabe zumuten muss. Er formuliert seine Aufforderung daher mit vielen Konjunktiven („sollte“, „könnte“, „müsste“, „wäre“) und dem neutralen Fürwort „man“.  Herrn Riemanns Botschaft verfehlt ihr Ziel, dass alle beim Aufräumen mithelfen. Wegen fehlender Präzision und Verbindlichkeit fühlt sich keiner der Angesprochenen aufgefordert zu handeln. Das Lehrerzimmer bleibt unaufgeräumt.   1. **Glaubwürdigkeit: Wenn Sie sich an Speku-lationen beteiligen, leidet das Vertrauen in Sie**   Konrektorin Alma Schubert will keine Antwort schuldig bleiben. Darum lässt sie sich zu Spekulationen verleiten. Ihr Kollegium nutzt diese rhetorische Schwäche aus und lässt die Konrektorin in spekulative Fallen laufen. Frau Schubert wird zusehends unsicherer. Sie verspielt ihre Autorität und Glaubwürdigkeit. | 1. **Timing: Kommunizieren Sie proaktiv und geplant**   Kommunizieren Sie die Einzelheiten des ministeriellen Rahmenplans schnellstmöglich, sobald Sie den Überblick haben.  Kündigen Sie Ihre Information an. So gewinnen Sie die notwendige Zeit für Ihre eigene Erst-Information und den Entwurf Ihrer Mitteilung an die anderen.   1. **Klarheit: Vermitteln Sie den Kern Ihrer Botschaft deutlich und verständlich**   Kommunizieren Sie so, dass Ihre Botschaft bei Ihren Adressaten den Kopf->Hand->Routine-Weg nimmt. Verwenden Sie dazu vorwiegend Hauptsätze („Räumen Sie bitte noch heute bis spätestens 11:30 Uhr alle Tische und Fächer im Lehrerzimmer frei. Die Generalreinigung beginnt dort um 12:00 Uhr. Der Schulträger hat mich gerade darüber informiert. Ich verstehe, dass es für Sie jetzt unpassend ist. Sie tun es aber für Ihre eigene Gesundheit.“)  Bleiben Sie auch bei Nachfragen bei Ihrer Kern-botschaft, und lassen Sie sich nicht zu alternativen Formulierungen verleiten. Damit setzen Sie bei Ihren Zuhörern Anker zur Gedächtnisspeicherung.   1. **Glaubwürdigkeit: Konzentrieren Sie sich auf Fakten, so wirken Sie glaubwürdig**   Weisen Sie spekulative Fragen zurück, denn sie eröffnen breite Interpretationsspielräume und sind deshalb nicht zielführend. Sie sollen Ihre Glaubwürdigkeit durch Verunsicherung untergraben. Halten Sie sich an Fakten. |