

Kurier
15. April 2006

GASTKOMMENTAR

Wenn die Dämme brechen

PR-Beraterin Helga Tomaschik über die besten Strategien für die Bewältigung von Kommunikations-Krisen

Krisen sind eng mit wirtschaftlichem Handeln verbunden. Denn Wirtschaften bedeutet Agieren. Und wer agiert, ist angreifbar, kann Fehler machen oder Misserfolge erleben.

Aber er kann auch erfolgreich sein. Noch kein Unternehmen hat sich an die Spitze gewartet oder gezögert. Peter Brabeck-Lemanthe, Chef von Nestlé, drückte die Philosophie kürzlich so aus: „Ein Unternehmen muss wachsen. Wenn es nicht wächst, setzt es den ersten Schritt zum Untergang.“ Wer Entscheidungen trifft, geht damit auch unweigerlich ein Risiko ein.

Risiko kann in die Krise führen, muss es aber nicht. Der alte Wiener Vorstadt-Spruch „Zu Tode gefürchtet ist auch gestorben“, bringt es sarkastisch auf den Punkt. Krisen sind nicht immer vermeidbar; von zu vielen – oft gar nicht beein-

flussbaren – Parametern hängt wirtschaftliches Handeln heutzutage ab.

Was jedoch zu vermeiden ist, ist eine Kommunikationskrise. Denn die Unternehmen kennen in der Regel einen großen Teil ihres Gefahrenpotenzials und könnten sich daher auf viele Entwicklungen vorbereiten. Risikoanalysen und entsprechende Notfallpläne, die auch die Kommunikation abdecken, sind die beste Vorbeugung. Viele Risiken sind offensichtlich. So wird jeder einsehen, dass etwa Speditionen, Fluglinien und Raffinerie-Betreiber stark bedroht sind.

NATÜRLICHE KRISE Warum es dennoch immer wieder zum Kommunikationsversagen in der Krise kommt, liegt in der Natur des Menschen. „Bei uns kann so etwas nicht passieren“, lautet der Standardsatz. Und



BENEDIKT V. LOREBEL

dann ist meistens auch eine gute Portion Unterschätzung mit im Spiel. Der Verlauf der Krise wird nicht ernst genommen, die Hartnäckigkeit der Medien falsch beurteilt und ganz allgemein das Aufklärungsbedürfnis der Öffentlichkeit nicht richtig bewertet.

Wer mitten im Problemfall bemerkt, dass in der Kommunikation etwas schief läuft, kann kaum mehr agieren. Zur unternehmerischen Schwierigkeit kommt das Kommunikationsproblem. Ohne vorbereitete Abläufe wird jede Maßnahme zum Ritt über den Bodensee.

Helga Tomaschik ist geschäftsführende Gesellschafterin der PR-Agentur Lang & Tomaschik Communications.