{ Ausgabe 5 }

consense

KRISEN-KOMMUNI-KATION



WIE UNTERNEHMEN GESTÄRKT AUS EINER KRISE HERVORGEHEN

INHALT

1 **RICHTIG FÜHREN**
Die Rolle des Managements

2 **RICHTIG KOMMUNIZIEREN**
Botschaften für alle Kanäle

3 **RICHTIG DIGITAL**
Erfolgreich remote arbeiten

4 **RICHTIG PLANEN**
Mit Weitsicht handeln

Das Corona-Virus stellt Unternehmen weltweit vor Herausforderungen. Dabei kommt der Unternehmenskommunikation sowohl intern wie auch extern eine zentrale Rolle zu, um Ereignisse, Entwicklungen und Entscheidungen zu vermitteln und richtig einzuordnen. In diesen Tagen befinden sich Kommunikatoren im dauerhaften Krisenmodus.

Unabhängig von der aktuellen Pandemie gilt ganz generell: In Krisensituationen ist eine schnelle faktenbasierte Kommunikation besonders wichtig. Wenn einige grundlegende Regeln beachten werden, kann eine Krise auch eine Chance sein, aus der ein Unternehmen gestärkt hervorgeht.

In diesem Whitepaper erklären wir, worauf es in Zeiten der Krise ankommt: bei der Führung, bei der Kommunikation, beim mobilen Arbeiten und beim vorausschauenden Handeln.

Richtig FÜHREN

Eine gute Führung ist schon in normalen Zeiten das A und O eines erfolgreichen Unternehmens mit zufriedenen Mitarbeitern. Auf diese Dinge sollte das Management in Krisenzeiten besonders achten:

Die richtige Haltung einnehmen

Eine Krise schürt Verunsicherung. Umso wichtiger ist es, dass das Management souverän und zuversichtlich auftritt. Nur wenn ich als Mitarbeiter das Gefühl habe, dass mein Vorgesetzter und die Firmenführung angstfrei in die Zukunft blicken, erlaube ich mir, dasselbe zu tun.

Verantwortung übernehmen

Personen in Führungspositionen haben von jeher eine Fürsorgepflicht – in Krisenzeiten hat das eine noch größere Bedeutung. Jetzt geht es nicht nur darum, etwa den Arbeitsplatz zu sichern, sondern auch darum, aktuelle Informationen zur Krise zu sammeln und sie zeitnah und transparent an die Belegschaft weiterzuleiten.

Sonderteams aufsetzen

Vor allem auf Führungsebene ist es wichtig, einen Krisenstab zu bilden, der die anderen Mitarbeiter in leitender Position regelmäßig mit aktuellen Entwicklungen und Informationen zu Entscheidungen versorgt. Das bündelt Energien und der Rest der Belegschaft kann sich dem normalen Tagesgeschehen widmen.



Flexibilität zeigen

Das sonst so geregelte Arbeitsleben wird in Zeiten der Krise häufig harten Prüfungen unterzogen. Gebotener Mindestabstand zu Kollegen, geschlossene Schulen und eventuelle Ausgangssperren wie im Falle von Corona erfordern besondere Maßnahmen. Hier sind im Zweifel andere Arbeitsmodelle und die Umstrukturierung der Routine gefragt. Nur wer sich flexibel für neue, vielleicht sogar unkonventionelle Lösungen zeigt und auch individuelle, krisenbedingte Bedürfnisse einzelner Mitarbeiter im Auge behält, kann das Unternehmen auch in Zeiten der Krise produktiv halten.

Richtig

KOMMUNI-ZIEREN



Es ist entscheidend, abgestimmte, einheitliche Botschaften über alle Kanäle zielgruppengerecht und in der richtigen zeitlichen Abfolge zu kommunizieren.

DAS IST IN KRISENSITUATIONEN ESSENTIELL:

Entwickeln eines Masterstatements

Gerade in Krisenzeiten ist eine One-Voice-Policy – intern wie extern – besonders wichtig. Fragen wie „Wie positionieren wir unser Unternehmen in der Krise?“, „Wie werden wir handeln, wenn ein bestimmter Fall eintritt?“ und „Wie stellen wir das Tagesgeschäft und damit die Versorgung unserer Partner und Kunden sicher?“ sollten geklärt und aktiv nach innen und außen kommuniziert werden. Dafür sollte der Krisenstab gemeinsam ein sogenanntes Masterstatement formulieren, das alle wichtigen Fragen beantwortet.

Briefen aller Mitarbeiter

Keine Nachricht ohne Sender. Und nur wer die Botschaften kennt, kann diese auch verbreiten. Das bezieht sich auf die allgemein festgelegten Kernbotschaften ebenso wie auf tagesaktuelle Entwicklungen, die das Unternehmen betreffen. Es ist die Aufgabe des Krisenstabs sicherzustellen, dass die Informationsketten innerhalb des Unternehmens geschlossen sind und jeder Mitarbeiter zu jedem Zeitpunkt auf dem aktuellen Stand ist.

Auswahl der Kommunikationskanäle

Die Devise lautet: Intern vor extern – aber bitte ganzheitlich. Um sicherzustellen, dass die Botschaften auch die gewünschten Empfänger erreichen, sollten nur die bestehenden internen und externen Kommunikationskanäle wie Intranet, Teammeetings, Newsletter, Webseite, Social Media wie gewohnt mit Informationen bespielt werden. Auf neue Technik und Tools sollte erst im zweiten Schritt zurückgegriffen werden.

Enger und aufrichtiger Austausch mit Kunden und Geschäftspartnern

Eine Krise bringt viel Unsicherheit mit sich – auch bei Kunden und Geschäftspartnern. Wer von Anfang an offen und ehrlich über eventuelle Engpässe und Herausforderungen kommuniziert, gewinnt an Vertrauen. Meist lassen sich im direkten Austausch ungeahnte Lösungen finden.



Besondere Umstände erfordern besondere Lösungen. Remote arbeiten kann dabei dem Chef genauso schwer fallen wie dem Mitarbeiter. Mit ein paar Tricks lässt sich auch im Home Office eine angenehme und respektvolle Arbeitsatmosphäre schaffen.

Richtig digital:

REMOTE ARBEITEN

VERTRAUEN ✖

STRUKTUR ✖

WERKZEUGE ✖

HALTUNG ✖

Vertrauen in Mitarbeiter und Kollegen setzen

Manchmal muss man einfach loslassen können. Setzen Sie Vertrauen in ihre Kollegen und drücken sie dieses ihnen gegenüber auch aus. Sie werden sich wundern, wie produktiv jeder Einzelne ist, auch ohne dass ihm ständig auf die Finger geschaut wird.

Meetings stärker strukturieren

Remote Meetings benötigen mehr Struktur als herkömmliche Meetings, um die Aufmerksamkeit aller Teilnehmer zu jedem Zeitpunkt zu halten. Eine Agenda mit wenigen Punkten, definierten Gesprächsregeln, das schriftliche Erfassen von Erkenntnissen und Aufgaben sowie eine offene Feedbackrunde im Anschluss an das Meeting sind essentiell.

Zugang zu Tools ermöglichen

Gerade wenn der persönliche Kontakt ausbleibt, ist es umso wichtiger, die Kommunikation über webbasierte Technik sicherzustellen. Ein Zugriff auf den Firmenserver via VPN ist daher unerlässlich. Und Tools wie Microsoft Teams oder Skype ermöglichen Chats, Video- und Audiokonferenzen und sogar transparentes Projektmanagement. So bleibt jeder informiert.

Die eigene Haltung reflektieren

Home Office verlangt immer auch ein wenig Selbstdisziplin. Das betrifft den Workaholic ebenso wie den, der sich in heimischer Atmosphäre leicht ablenken lässt. Beiden Arbeitstypen hilft eine klare Struktur der Arbeitsziele des jeweiligen Tages, ein ruhiger und reizarmer Arbeitsplatz sowie klar definierte Pausenzeiten. Virtuelle Mittags- oder Kaffeepausen mit den Kollegen via Chats sind übrigens nicht nur erlaubt – sondern dringend angeraten.

DEEP DIVE:

Die wichtigsten Tipps fürs

HOMEOFFICE

Wenn komplette Abteilungen oder Teams von zu Hause aus arbeiten, führt das zu einigen Umstellungen in der Arbeitsweise und bei der Kommunikation untereinander. Worauf gilt es zu achten? Hier sind unsere wichtigsten Tipps fürs Home Office.

1 *Lieber zu viel als zu wenig kommunizieren*

Beim mobilen Arbeiten, wenn man sich nicht persönlich trifft, können viele Informationen verloren gehen, die man sonst nebenbei oder nonverbal übermittelt. Deswegen müssen Aufgaben noch präziser und ausführlicher geklärt, Briefings noch genauer formuliert werden. Devise: Eher mehr Fragen als sonst stellen, eher mehr Feedback als sonst geben. Am besten startet man jeden Tag mit einer kurzen, aber konzentrierten Abstimmung mit dem gesamten Team.

2 *Status von Messengern aktiv nutzen*

Egal ob bei Teams, Skype, Jabber oder anderen Kommunikationstools: Der eigene Status dort sollte aktiv gepflegt werden. Wer telefoniert, konferiert oder an einem wichtigen Projekt arbeitet, bei dem er oder sie ungestört bleiben will, stellt den Status auf „beschäftigt“. In der Mittagspause ist man „abwesend“, bei guter Erreichbarkeit einfach „anwesend“. So wissen die Kolleginnen und Kollegen Bescheid, wann wer für eine Frage oder Unterstützung parat steht.

3 *Regelmäßig Videocalls einsetzen*

Gerade zu einer Zeit, in der die Mehrzahl der Mitarbeiter durchgängig mobil arbeitet, ist es wichtig, nicht den persönlichen Kontakt zueinander zu verlieren. Mit Videocalls und -konferenzen bekommt man die Kolleginnen und Kollegen auch im Home Office zu Gesicht - das stärkt die Bindung.

4 *Bildschirm teilen*

„Wo sind wir gerade?“, diese Frage kennen viele, die schonmal remote Meetings und Briefings abgehalten haben. Damit jederzeit jeder Teilnehmer weiß, bei welcher Folie, welchem Bulletpoint oder welchem To-do sich das Team befindet, ist es sinnvoll, dass ein Teilnehmer des Meetings seinen Bildschirm mit den anderen teilt. Das erleichtert den gemeinsamen Fokus.

5 *Eisbrecher einbauen*

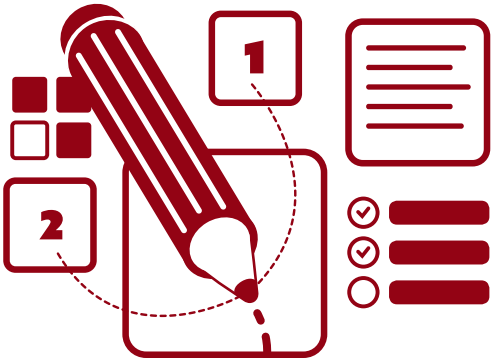
Zu jedem Meeting, insbesondere mit Externen, gehört Smalltalk zur Einstimmung: Das geschieht normalerweise auf dem Weg vom Eingang zum Meetingraum oder von der Garderobe zum Schreibtisch. Das fällt bei mobilen Meetings allerdings weg. Wie schafft man es also, die Stimmung vor einem Termin aufzulockern? Am besten überlegt man sich im Vorfeld unverfängliche Themen, sogenannte Eisbrecher. Wenn einem partout nichts einfällt: Wetter geht immer.

6 *Pausen inszenieren*

Man sollte nicht unterschätzen, wie wichtig die privaten Pläuschchen mit den Kolleginnen und Kollegen sind – die sollten auch mobil nicht zu kurz kommen. Um damit nicht den eigenen Workflow oder den der anderen zu unterbrechen, können dafür feste Zeiten festgelegt werden. In einigen Kommunikationstools wie zum Beispiel Microsoft Teams gibt es dafür sogar spezielle Tools.

Richtig

PLANEN



In einer Krise weiß man oft nicht, was als nächstes geschehen wird. Umso wichtiger ist es, alle Fakten und Möglichkeiten genau zu betrachten. Wer vorausschaut statt hinterherzurennen, hat bessere Chancen, den für sein Unternehmen besten Leitfaden zu entwickeln.

Worst-Case-Szenarien durchspielen

Anhand aktueller Entwicklungen sollte der Krisenstab das Worst-Case-Szenario täglich neu definieren. Dabei sind nicht nur für erschwerte Arbeitsbedingungen und die Anpassung der Kernbotschaften Lösungen zu finden, sondern auch für weitere, unternehmerisch wichtige Bereiche wie die finanzielle Absicherung und Erhaltung der Arbeitsplätze bei veränderter wirtschaftlicher Lage.

Kontakt zu Behörden halten

Bei der Auswahl der Informationsquellen sollten Behörden und öffentliche Quellen an erster Stelle stehen. Nicht nur, weil diese faktenbasiert kommunizieren, sondern auch, weil wichtige Informationen und eventuelle rechtliche Änderungen und Ausnahmen wie beispielsweise beim Arbeitsrecht das Unternehmen so schneller erreichen.

Frühzeitige Transparenz gegenüber Mitarbeitern

„Wir halten zusammen, in guten wie in schlechten Zeiten. Und wenn die Zeiten noch schlechter werden, finden wir gemeinsam eine Lösung“: Ein Mitarbeiter, der sich aufgeklärt und in seinen Ängsten und Sorgen verstanden fühlt, steht dem Unternehmen auch in schwierigen Zeiten zur Seite – selbst wenn die Zukunft ungewiss ist.

Einbezug von Einzelfällen

Was für die Mehrheit der Belegschaft und des Unternehmens gut ist, kann im Worst-Case-Szenario eventuell nicht für alle und alles die beste Lösung sein. Ein genauer Blick auf alle Bereiche, Prozesse und Mitarbeiter, das Durchspielen der geplanten Lösungen und Finden eventueller Ausnahmen ist entscheidend.

consense communications (GPRA) ist eine inhabergeführte Kommunikationsagentur aus München. Als Experten für Change- und Krisenkommunikation unterstützen wir Sie präventiv für außergewöhnliche Herausforderungen oder adhoc in Notfällen.

Wir beraten Sie gerne!



Stefanie Weigl
Director
Strategie & Konzeption

Seit Jahren begleitet sie Projekte im Change, der internen Kommunikation und in der Krisenkommunikation. Als systemischer Coach hat sie ein Gespür dafür, mit welchen Inhalten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie und zu welchem Zeitpunkt adressiert werden müssen.

Die Spezialität der Seniorberaterin: komplexe Sachverhalte vereinfachen und gerade in dynamischen Zeiten den Überblick behalten – ohne dabei die Strategie aus den Augen zu verlieren.

Telefon : +49 89 23 00 26 45
sw@consense-communications.de

Besuchen Sie uns auch auf unserer Website!

IMPRESSUM

V.i.S.d.P. Claudia Thaler,
Geschäftsführende Gesellschafterin

consense communications GmbH (GPRA)
Wredestraße 7
80335 München

www.consense-communications.de
info@consense-communications.de
Telefon: +49 89 23 00 26 0

Text: consense communications GmbH
Gestaltung: Max Müller » www.müüller.de