

Übersichtsdokument - Kommunikation und Information

Nutzen und Ziel:

Die Information und Kommunikation nimmt in der heutigen Zeit generell einen immer wichtigeren Stellenwert ein. Wer kommuniziert was, in welchem Umfang über welchen Kanal, zu welchem Zeitpunkt und in welcher Intensität?

Diese Fragen, müssen in einem Kommunikationskonzept erarbeitet und festgelegt werden, worin auch die Krisenkommunikation Bestandteil sein muss. Spätestens beim Eintritt eines Risikos bekommt die Kommunikationssicherheit eine noch viel grössere Bedeutung.

1. Austausch von Informationen sicherstellen:

In Bezug auf das Integrale Risikomanagement heisst dies, dass zwingend Abläufe und Verantwortungen zwischen allfälligen Schnittstellen zentral und dadurch effizienter zu gestalten sind. Durch eine sorgfältige Planung ist es möglich, ohne grosse finanzielle und personelle Ressourcen ein Konzept zu erstellen und dieses zu leben. Hier ist darauf zu achten, dass nicht erst beim Eintreten eines Risikos über Risiken kommuniziert wird, sondern dass die Kommunikation zum Integralen Risikomanagement ständig erfolgt (News aus dem Integralen Risikomanagement; Meldungen von neuen Risiken; Beobachtungen durch Mitarbeitende; Einführung eines neuen Tools etc.)

2. Unternehmensweite Kommunikation pflegen:

Der ganzen Unternehmung soll durch eine aktive Kommunikation bewusst werden, dass ein Integrales Risikomanagement besteht und gepflegt wird. Diese Kommunikation und der Informationsaustausch haben abteilungsübergreifend sowie auf operativer und strategischer Ebene zu erfolgen.

3. Ein Kommunikationskonzept (intern/extern) erarbeiten:

Dieses Konzept regelt die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Kompetenzen sowie den Verlauf der Informationen.

Dazu empfiehlt es sich ein handliches, übersichtliches und für die verantwortlichen Stellen verständliches Dokument zu erarbeiten, welches auf die wichtigsten Fragen Antworten gibt und welches im Alltag sowie für ausserordentliche Ereignisse zweckdienlich angewendet werden kann. Die Unterlagen sind immer aus dem Fokus „interne“ und „externe“ Kommunikation zu erarbeiten. Somit ist auch klar geregelt, welche Informationen gegen aussen kommuniziert werden dürfen und sollen.

4. Weiterführende Informationen:

Ein Beispiel eines Inhaltsverzeichnisses und ein möglicher Massnahmekatalog im Anhang zeigen Ihnen auf, wie ein Kommunikationskonzept strukturiert und wie eine Massnahmeplanung umgesetzt werden kann. Weiter finden Sie als (Bestandteil der Kommunikation sowie des Krisenmanagements) im Anhang zwei Dokumente zum Bereich Krisenkommunikation.

Ebenfalls finden Sie auf der Homepage eine Checkliste, welche Sie sobald die ersten Ansätze umgesetzt sind, für die detailliertere Ausarbeitung als Hilfestellung verwenden können. Zudem anbei weitere Hinweise:

- ISO 31000; ONR 49000
- Arbeitsbericht zum KTI Projekt IRM – www.hslu.ch/integrales-rm
- Fachartikel:
 - o Der Risikomanager mit Persönlichkeit, Prof. J.O. Meissner, Patrik Senn, BLICKPUNKT 7/2012
 - o Integrales Risikomanagement für KMU; Die Hand am Steuer, den Blick am Horizont, Uwe Müller-Gauss, Madeleine Renner
 - o Senn, Hübscher

Mögliches Inhaltsverzeichnis

1. Auftrag	3
2. Situationsanalyse	3
2.1 Grundsätzliches.....	3
2.2 Interne Kommunikation.....	3
2.3 Externe Kommunikation.....	4
2.3.1 Kunden/Partner/Lieferanten.....	4
2.3.2 Medien.....	5
2.4 Fazit	5
3. Anspruchsgruppen	6
3.1. Interne Anspruchsgruppen	6
3.2. Externe Anspruchsgruppen.....	6
4. Ziele und Botschaften.....	6
4.1 Übergeordnete interne Kommunikationsziele und Botschaften.....	6
4.2 Übergeordnete externe Kommunikationsziele und Botschaften	6
5. Strategie	7
6. Massnahmen	8
6.1 Massnahmen intern.....	8
6.2 Massnahmen extern	13
7. Evaluation	18
8. Anhang	19
A Kommunikationsgrundsätze	19
B Erläuterungen zum Kommunikationsschema	20
C Kommunikationsschema: Aktive Kommunikation (Medienmitteilung)	21
D Checkliste Medienmitteilung	22
E Tipps Medienmitteilung	23
F Kommunikationsschema: Anfragen durch Medien	24
G Checkliste bei Anfrage durch Medien	25
H Tipps für Medienkonferenz/Medienanlass	26
I Checkliste Organisation Medienkonferenz/Medienanlass	27
J Tipps Krisenkommunikation	29
K Checkliste Krisenkommunikation	30

Massnahmen Kommunikationskonzept

Massnahmen

Die nachfolgenden Listen stellt dar, wie mit einem Massnahmenplan die Umsetzung des Kommunikationskonzepts erfolgen kann. Der Plan zeigt auf, welche Zielgruppen erreicht werden sollen, eine Kostenschätzung der Ressourcen. Die Rubrik Bemerkungen macht Aussagen über den Zeitplan und gibt weitere Erklärungen zur Massnahme. Dieser Massnahmeplan kann beliebig geändert und ergänzt werden.

1.1 Massnahmen intern

Was	Zielgruppe	Bestehend	Neu	Periodizität	Kosten extern	Bemerkung
Printmedien/Schriftlich						
Briefliche Korrespondenz	Mitarbeitende	x		nach Bedarf		
Jahresplanung Medien	Kunden/Lieferanten		x	1 x jährlich		Erstmals für 2014
Erfolgskontrolle Medienarbeit	GL/VR		x	Laufend, Evaluation jährlich		Erfordert fortlaufend personelle Ressourcen
Kommunikationsgrundsätze	GL/VR		x	Alle 4 Jahre überarbeiten		Erarbeitung im Rahmen der Erstellung dieses Konzeptes
Kommunikationsschema	GL/VR		x	Alle 2 Jahre überarbeiten		Erarbeitung im Rahmen der Erstellung dieses Konzeptes
Diverse Checklisten und Vorlagen für Medienkontakte	GL	x		1 x jährlich		Erarbeitung im Rahmen der Erstellung dieses Konzeptes

Massnahmen Kommunikationskonzept

Konzept Krisenkommunikation	Krisenstab, GL, VR		x	Alle 2 Jahre überarbeiten		In Anlehnung mit dem IRM
Elektronisch Medien						
“News aus dem IRM” E-Mail für Mitarbeiterinfos	MA Unternehmung	x		1 x monatlich		Wird bei einzelnen Mitarbeitenden noch in Papierform abgegeben
Freitagsmail	div. Abteilungen	x		Wöchentlich		Ergänzen mit Link auf Medienmitteilungen
Datenplattform/Aktenablage	MA, GL, VR	x		Laufend		
Weitere						
Kommunikationstraining, Auftritt gegenüber Zielgruppen	GL, VR		x	Alle 2 Jahre und bei Bedarf	2'000	Kompetenz laufend aneignen, Weiterbildungen 2013 - 2015

Massnahmen Kommunikationskonzept

1.2 Massnahmen extern

Was	Zielgruppe	Bestehend	Neu	Periodizität	Kosten	Bemerkung
Printmedien/Schriftlich						
Amtliche Publikationen/Inserat	Alle Zielgruppen	x		Laufend		Qualitative Verbesserung der Inserate
Briefliche Korrespondenz	Alle Zielgruppen	x		Nach Bedarf		Sicherstellen Erscheinungsbild und Schreibstil
Vertretung der Unternehmung bei Anlässen	Vereine, Verbände, Interessengruppen, Schule, Delegation der GL/VR	x		Laufend		Besuch nach Möglichkeit
Elektronische Medien						
Website	Alle Zielgruppen	x	x	Alle 4 Jahre / 4 x jährlich	CHF 7'000	Überarbeiten Layout und Redaktionskonzept, alle 4 Jahre, im Quartal Prüfung der Inhalte
Medienmitteilungen/Newsletter	Medien, Bevölkerung, Interessengruppen, interne Dialoggruppen	x		Nach Bedarf	CHF 500	Abo-Möglichkeit auf Website schaffen

Krisenkommunikation

Krisenkommunikation

Generell

- Wahre, offene, transparente Kommunikation schafft Vertrauen

Krisenkommunikation ist Führungssache

- In jeder Krise steckt eine Chance

Prävention

- Sicherstellen des internen und externen Informationsflusses (auch bei Stromausfall)

Regelmässiges Checkup des Krisenkonzepts, Krisentraining

- Monitoring der Risiken
- Abstimmen aller Bereiche zur Verhinderung von Krisen

Schulung interner Dialoggruppen

Im Krisenfall

- One-Voice-Prinzip: Kommunikation durch GL/VR
- Interne Dialoggruppen vor externen Dialoggruppen informieren

Information aus erster Hand verhindert Gerüchte

- Rasche Ankündigung einer Medienkonferenz

Permanent und offensiv informieren

- Schnelles Aufschalten der Informationen auf der Website, regelmässiges Update

Keine Spekulationen, nur gesicherte Aussagen machen

- Menschenschaden hat in der Kommunikation Priorität gegenüber dem Sachschaden

Anteilnahme zeigen

- Nach der Krise offene, aktive Kommunikation beibehalten
- Schadensbilanz, Lehren, Änderungsmaßnahmen kommunizieren

Krisenkommunikation

Beispiel einer Checkliste - Krisenkommunikation

Alarmierung, Sachbestand erfassen	Bemerkung
Was ist passiert?	
Liegt ein Personen- und/oder ein Sachschaden vor?	
Besteht Gefahr für die Bevölkerung, für die Natur und Umwelt?	
Welche Massnahmen wurden ergriffen?	
Bestehen weitere Gefahren?	
Welche Meldekettens müssen in Gang gesetzt werden?	
Erste Sitzung der GL/VR	
Evtl. Entscheid zur Einbindung von externem Kommunikationsberater	
Abprache mit anderen Organisationen bezüglich Kommunikation (Polizei, kantonaler Führungsstab usw.)	
Mediensprecher festlegen, Botschaften festlegen	
Zeitpunkt der Kommunikation festlegen für erste Medienmitteilung und/oder Medienkonferenz, allenfalls Medienkonferenz organisieren	
Einrichten einer internen Anlaufstelle für Mitarbeitende. Einrichten einer Hotline, evtl. Aufschalten einer Darksite/Krisenseite auf Web, Zeitplan und Massnahmen für interne und externe Kommunikation	
Weitere Massnahmen: Müssen Personen geschützt und/oder betreut werden? Beizug von Fachpersonal (z.B. Care Team) usw. gemäss Krisenkonzept	
Erstinformation Medien	
Information über Art, Inhalt und Umfang der Krise. Betroffene stehen im Mittelpunkt. Was ist wo und wann passiert? Gibt es Schäden oder besteht eine Gefahr? Welche Massnahmen werden getroffen	
Information der internen Dialoggruppen, wenn möglich unmittelbar vor den Medien	
Erstinformation (Medienmitteilung oder Einladung Medienkonferenz) durch Medienbeauftragter, Auskunftsperson durch festgelegten Mediensprecher	
Information an weitere externe Dialoggruppen	
Weitere Meldungen und Massnahmen	
Analyse der Erstmeldungen in den Medien	

Krisenkommunikation

Zweite Meldung: Was ist wo und wann passiert, Schilderung der weiteren Massnahmen, Aussagen zu Personen-/Sachschäden, weiteres Gefährdungspotenzial, Empfehlungen an die Bevölkerung	
Analyse der zweiten Meldung in den Medien	
Weitere Meldung: Weitere Einzelheiten zu den Ursachen und möglichen Folgen, Ausführliche Berichte zur Situation vor Ort, Stellungnahmen von Fachleuten, Polizei. Folgen für die Bevölkerung: Warnung/Entwarnung. Voraussichtliches Schadensausmass	
Rückblick: Rückblende, Ergebnis von Untersuchungen, eingeleitete Präventivmassnahmen.	