

Krisenkommunikation in / von Stiftungen

Katrin Kowark

Agenda

Krise, welche Krise? - Krisen erkennen und handeln

Methodenmix

- **Prävention**
- **Aktion**
- **Rehabilitation**

Stiftungskommunikation in Corona-Zeiten

Exkurs: Litigation PR



Krise, welche Krise?

Krisen erkennen und handeln

Eigenschaften einer Krise

Unerwartet

Ungewollt

Fremdgesteuert

Starkes Interesse der Medien und damit der Öffentlichkeit

Begrenzte Dauer

Bringen schwerwiegende Folgen mit sich

Offener, ambivalenter Ausgang

Krisentypen erkennen

Informationskrise

Personalkrise

Reputationskrise

Wirtschaftliche Krise

Verschlechterung der
Rahmenbedingungen

Umfrage: Von welcher Art Krise war Ihre Stiftung bereits betroffen?

A Informationskrise

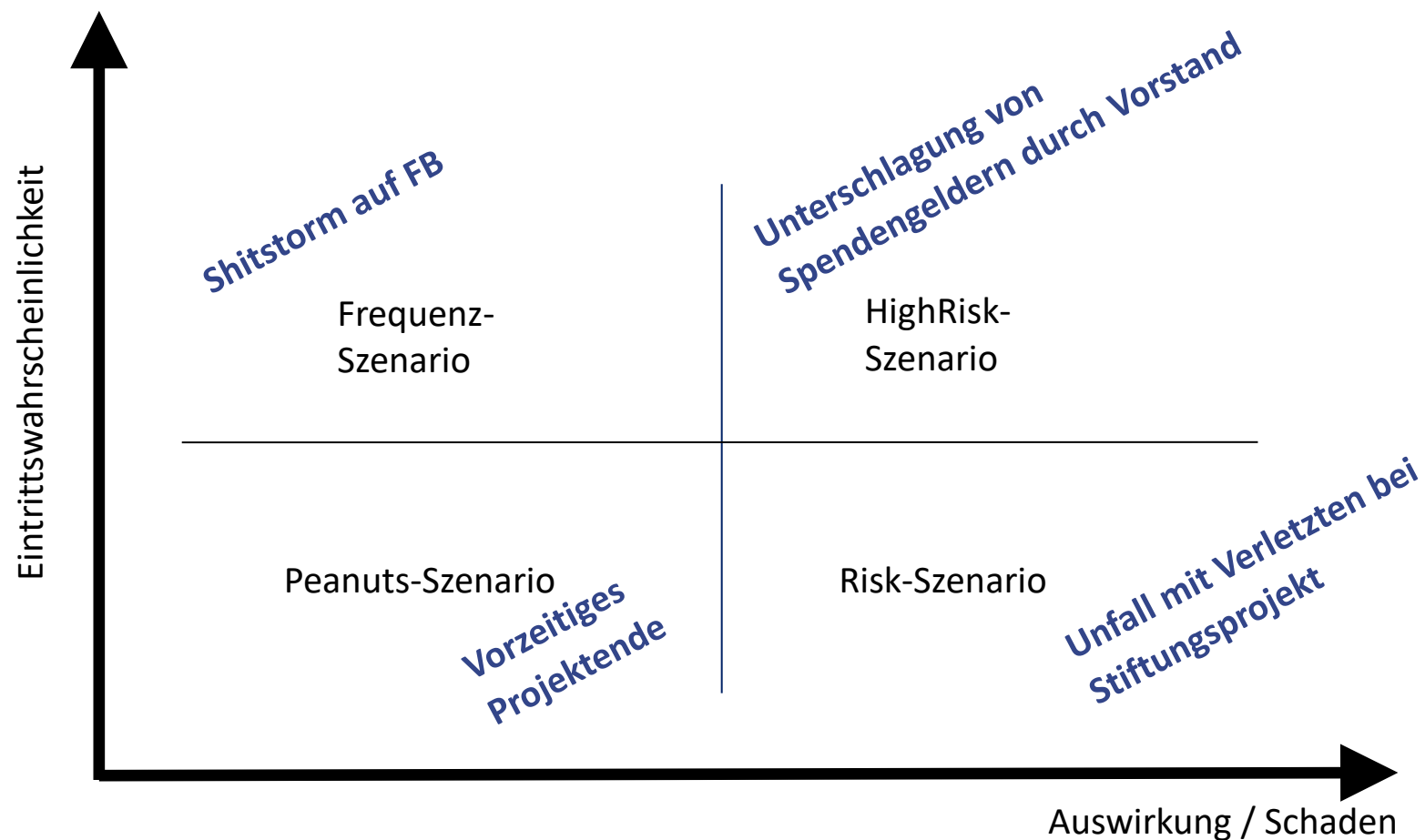
B Personalkrise

C Reputationskrise

D Wirtschaftliche Krise

E Krise durch Verschlechterung der Rahmenbedingungen

Matrix zur Selbsteinschätzung



Quelle: PRGS – Unternehmensberatung für Politik und Krisenmanagement (www.prgs.de)

„Es ist wohl vor allem die große Fallhöhe, die dem ADAC massive Probleme bereiten könnte. Denn der ADAC selbst gab nach außen stets die moralische Instanz, die sich wie kaum eine andere Institution über Vertrauen und Glaubwürdigkeit definiert.“

DIE WELT über den ADAC, 2014

„Die Sozialreputation ist ein Minenfeld. In der Mediengesellschaft ist sie der größte Risikofaktor. Denn moralisches Fehlverhalten anzuprangern erzeugt mehr Aufmerksamkeit und Schlagzeilen als sozialverantwortliches Handeln zu würdigen.“

Prof. Dr. Mark Eisenegger, Reputationsforscher

Methodenmix

Prävention

Krisen-Prävention



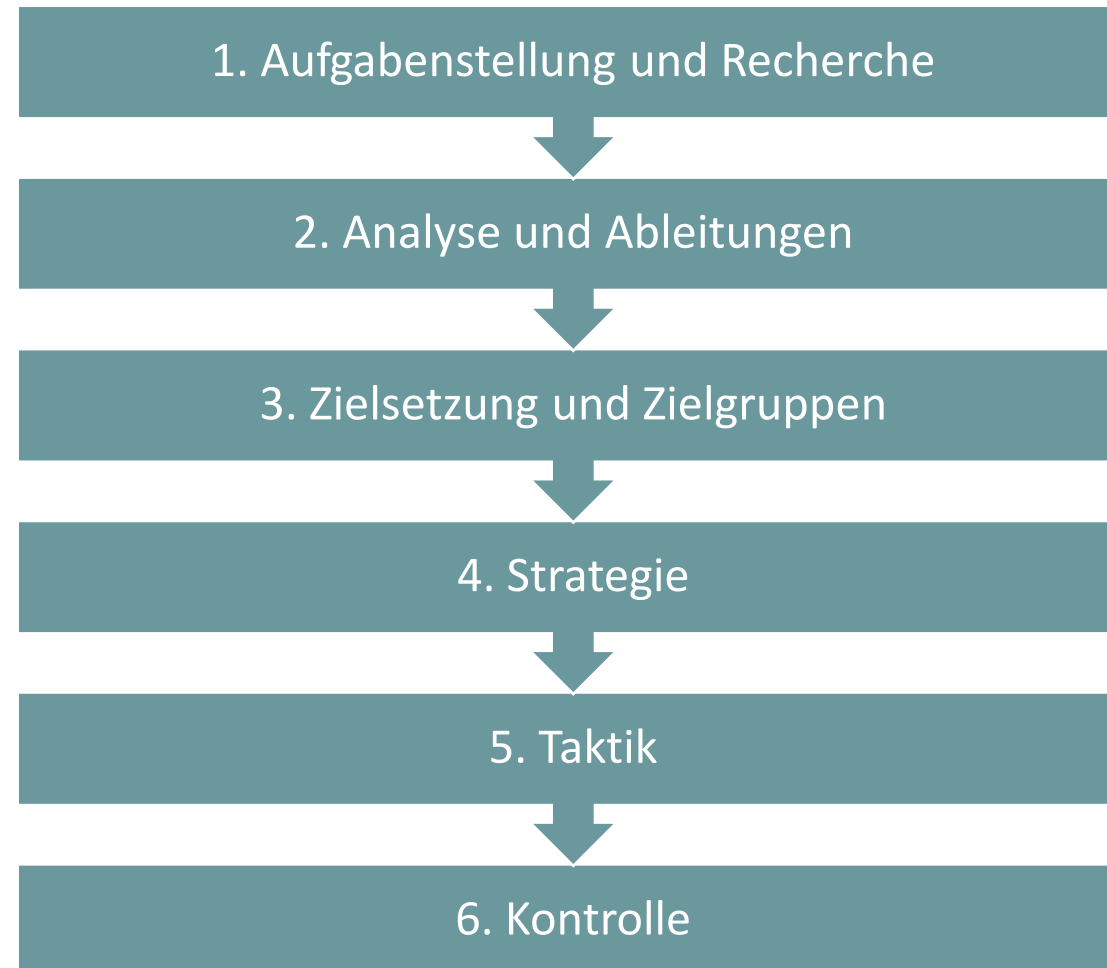
„Sie legen die Anhaltspunkte für einen Interessenkonflikt im Einzelfall unaufgefordert offen und verzichten von sich aus auf eine Beteiligung am Entscheidungsprozess, wenn dieser ihnen oder einer nahestehenden Person einen unmittelbaren Vorteil oder Nachteil bringen kann. Auch persönliche oder familiäre Beziehungen zu den Fördersuchenden und zu Dienstleistungsunternehmen werden offen kommuniziert.“

**Aus: Grundsätze guter Stiftungspraxis (Grundsatz 19),
[stiftungen.org/grundsaeetze](https://www.stiftungen.org/grundsaeetze), Zugriff am 21. April 2020**

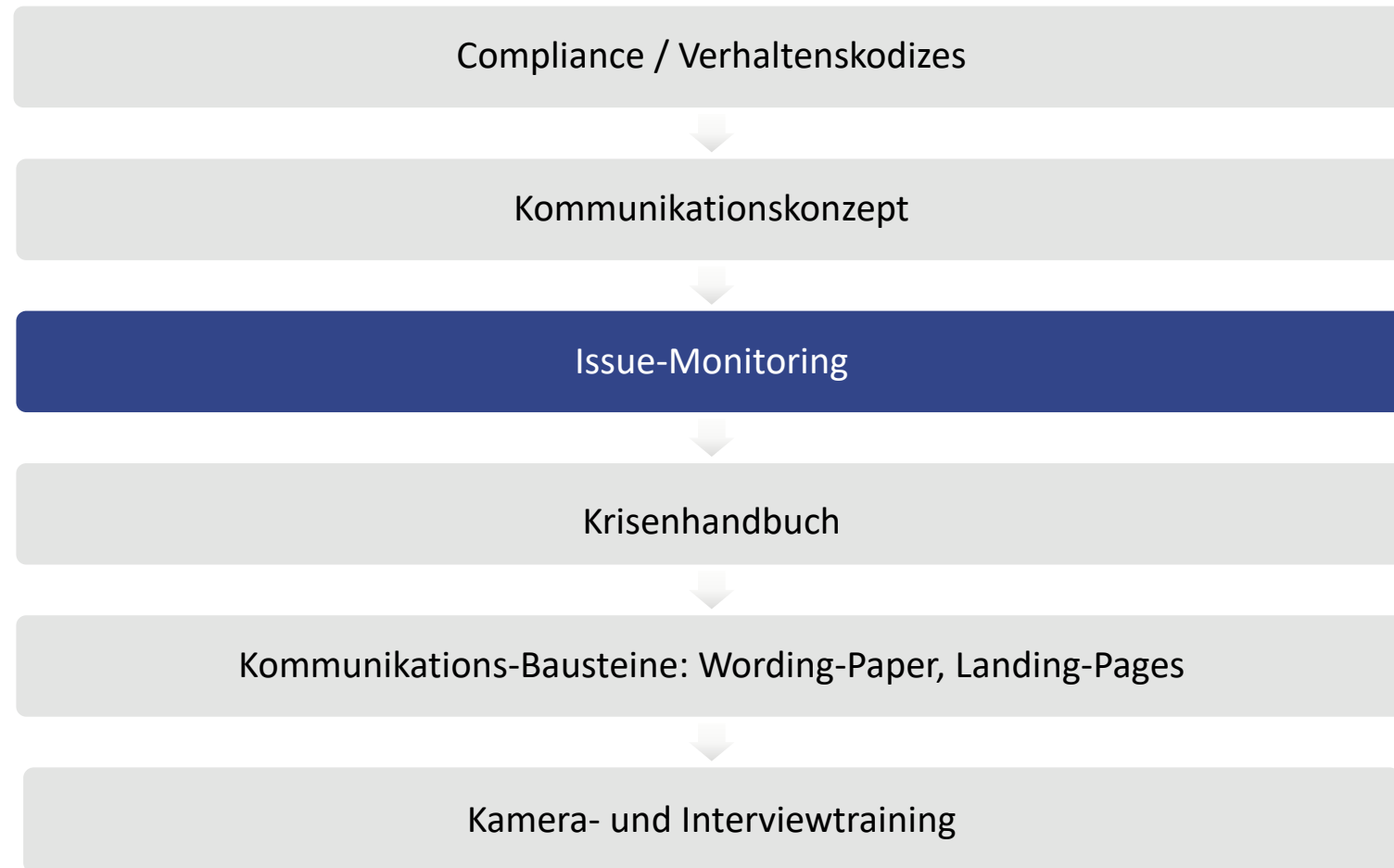
Krisen-Prävention



Kommunikationskonzept



Krisen-Prävention



Krisen-Prävention



Beispiel Inhalt Krisenhandbuch

INHALTVERZEICHNIS

Übersicht Handreichungen.....	2
Checkliste Krisenkommunikation.....	2
Sprecherregelung Bundesverband Deutscher Stiftungen.....	4
Notfalltelefonliste.....	5
Handyliste MitarbeiterInnen.....	6
Zutritt ins Haus Deutscher Stiftungen (am Wochenende).....	7
Passwort-Manager.....	9
Vorlage: Wording Paper für nicht-sprechbefugte Mitarbeiter	10
Theoretischer Teil.....	11
Sieben Tipps.....	11
Anleitung.....	12

Quelle: Inhaltsverzeichnis des Krisenhandbuches des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, Stand April 2020

Krisen-Prävention



Beispiel Wording Paper

Vorlage: Wording Paper für nicht-sprechbefugte Mitarbeitende

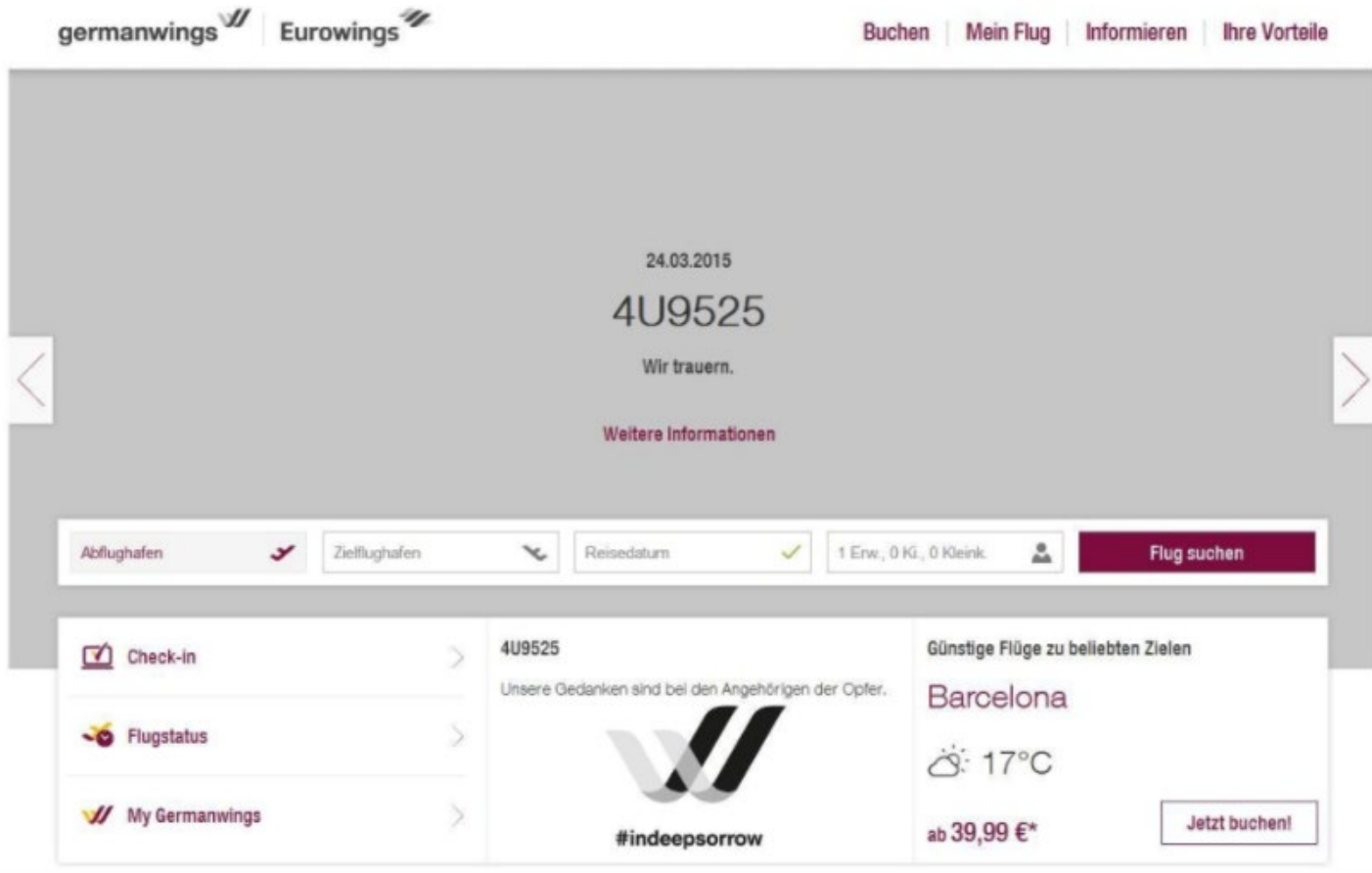
- 1. Herzlichen Dank für Ihre Anfrage.**
- 2. Bitte haben Sie Verständnis, dass ich persönlich nicht befugt bin, dazu Stellung zu nehmen.**
- 3. Bitte sagen Sie mir, von welchem Medium Sie sind und welches Anliegen (Stichwort) Sie haben.**
- 4. Bitte geben Sie mir Ihre Telefonnummer und Ihre E-Mail-Adresse.**
- 5. Wir melden uns bei Ihnen schnellstmöglich zurück.**
- 6. Bis wann bräuchten Sie den Rückruf / die Information spätestens?**



Bitte lassen Sie sich nicht aus der Ruhe bringen und wiederholen ggf. bei verstärkter Nachfrage die Sätze 1-6.

Bitte tragen Sie dafür Sorge, dass gemäß Sprecherplan eine Vertreterin der Pressestelle bzw. des Leitungsteams den Journalisten schnellstmöglich zurückruft.

Quelle: Krisenhandbuch des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, Stand April 2020





Beispiel Landing Page







germanwings  | Eurowings 

Buchen | Mein Flug | Informieren | Ihre Vorteile

24.03.2015
4U9525
Wir trauern.
[Weitere Informationen](#)

Abflughafen  Zielflughafen  Reisedatum  1 Erw., 0 KG, 0 Kleink.  [Flug suchen](#)

 Check-in	4U9525 Unsere Gedanken sind bei den Angehörigen der Opfer.	Günstige Flüge zu beliebten Zielen Barcelona ☁: 17°C ab 39,99 €* Jetzt buchen!
 Flugstatus	 #indeepsorrow	
 My Germanwings		

Screenshot germanwings.de, Zugriff am 24. März 2015

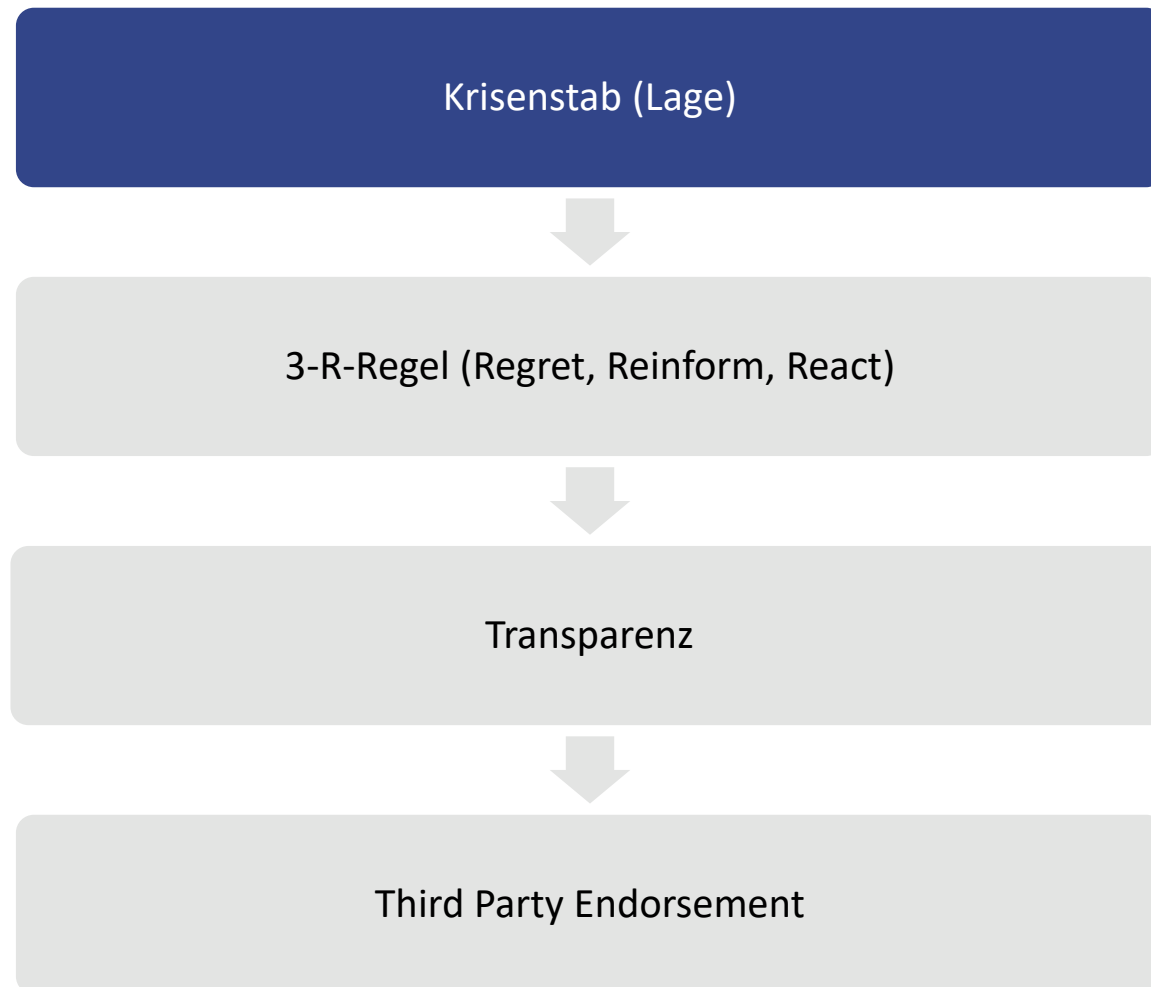
Krisen-Prävention



Methodenmix

Aktion

Aktion in der Krise



Krisenstab / Lagebeurteilung

Lagebeschreibung und -beurteilung

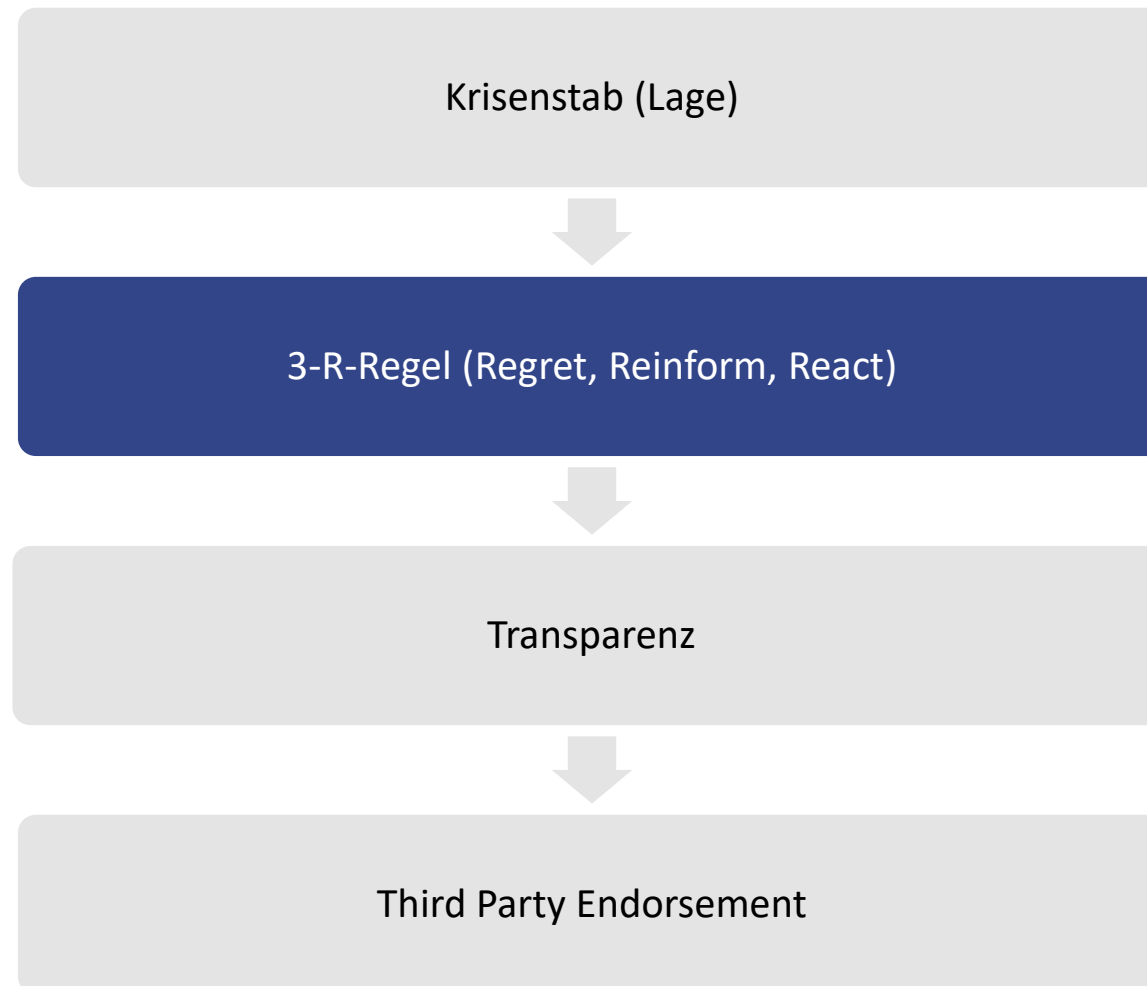
Handlungsoptionen

Ziele der Stiftung

Handlungsoptionen und Entschluss

Krisenteam mit Zuständigkeiten, Sprechern und Sprecherinnen sowie Troubleshootern

Aktion in der Krise



Beispiel 3-R-Regel



"Greenpeace International ist hier ein gravierender Fehler unterlaufen, für den wir uns auch bei unseren Förderern entschuldigen wollen. Es ist mir wichtig zu

unterlaufen. Derzeit werde noch untersucht, wie genau es zu diesem Millionenverlust kommen konnte, sagte Townsley. Als eine Ursache seien Organisationsfehler im internen Kontrollsystem entdeckt worden. Diese seien mittlerweile behoben.

Das jetzt entstandene Millionendefizit von GPI will Greenpeace Deutschland "weder ganz oder teilweise auffangen". Sollten Spendengelder aus Deutschland nicht für die vorgesehenen Kampagnen ausgegeben werden können, würden diese an Greenpeace Deutschland zurücküberwiesen.

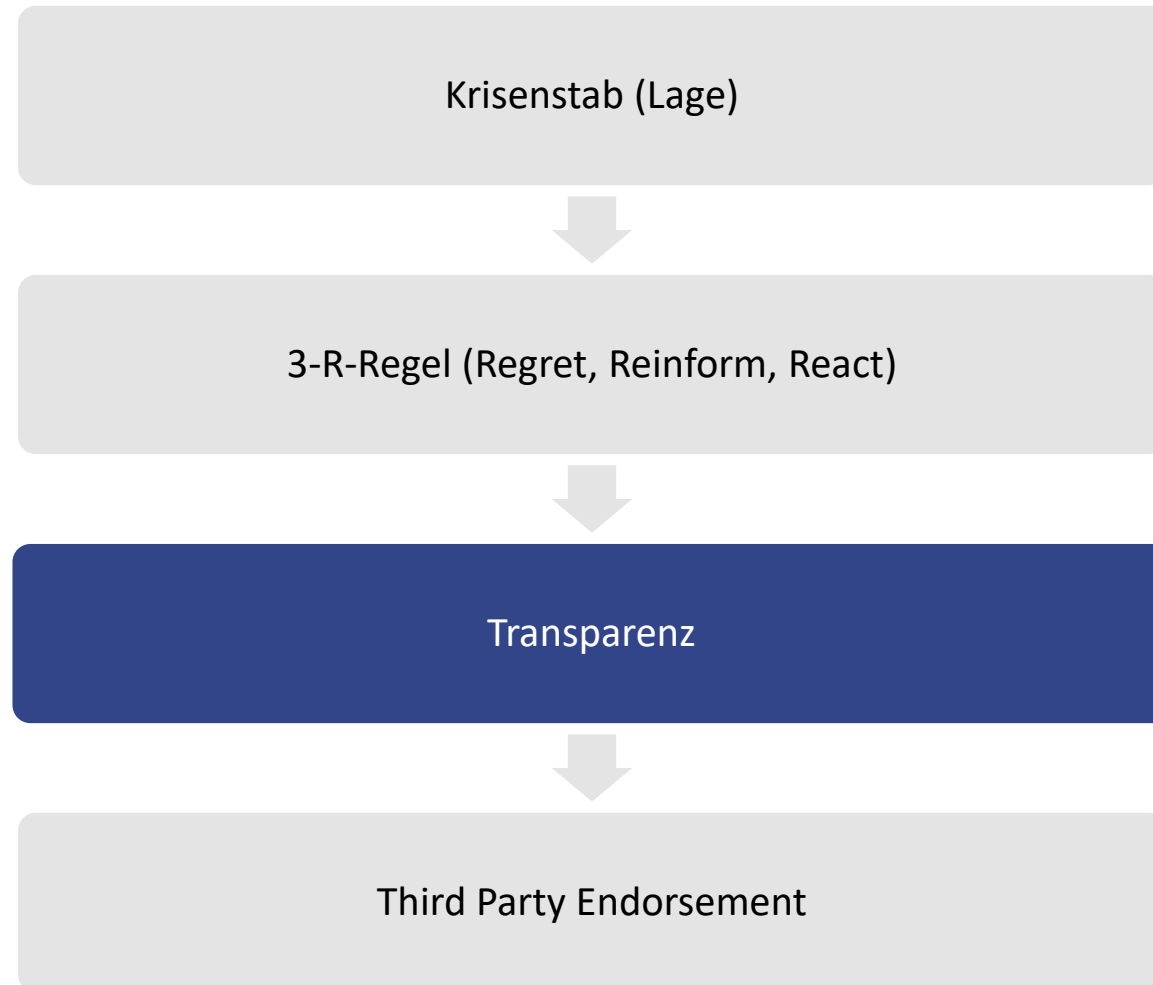
REGRET

REACT

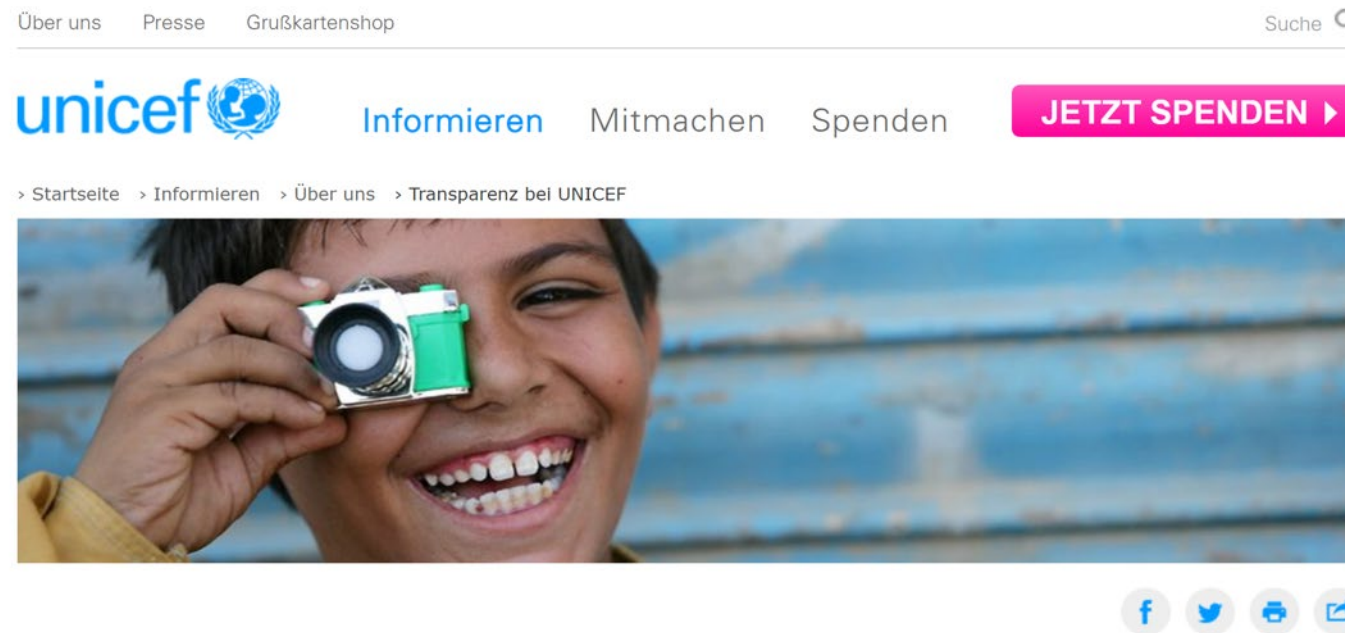
REINFORM

Screenshot zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2014-06/greenpeace-spekulation-verlust-spenden, Zugriff am 21. April 2020

Aktion in der Krise



Beispiel Transparente Darstellung der Aktivitäten



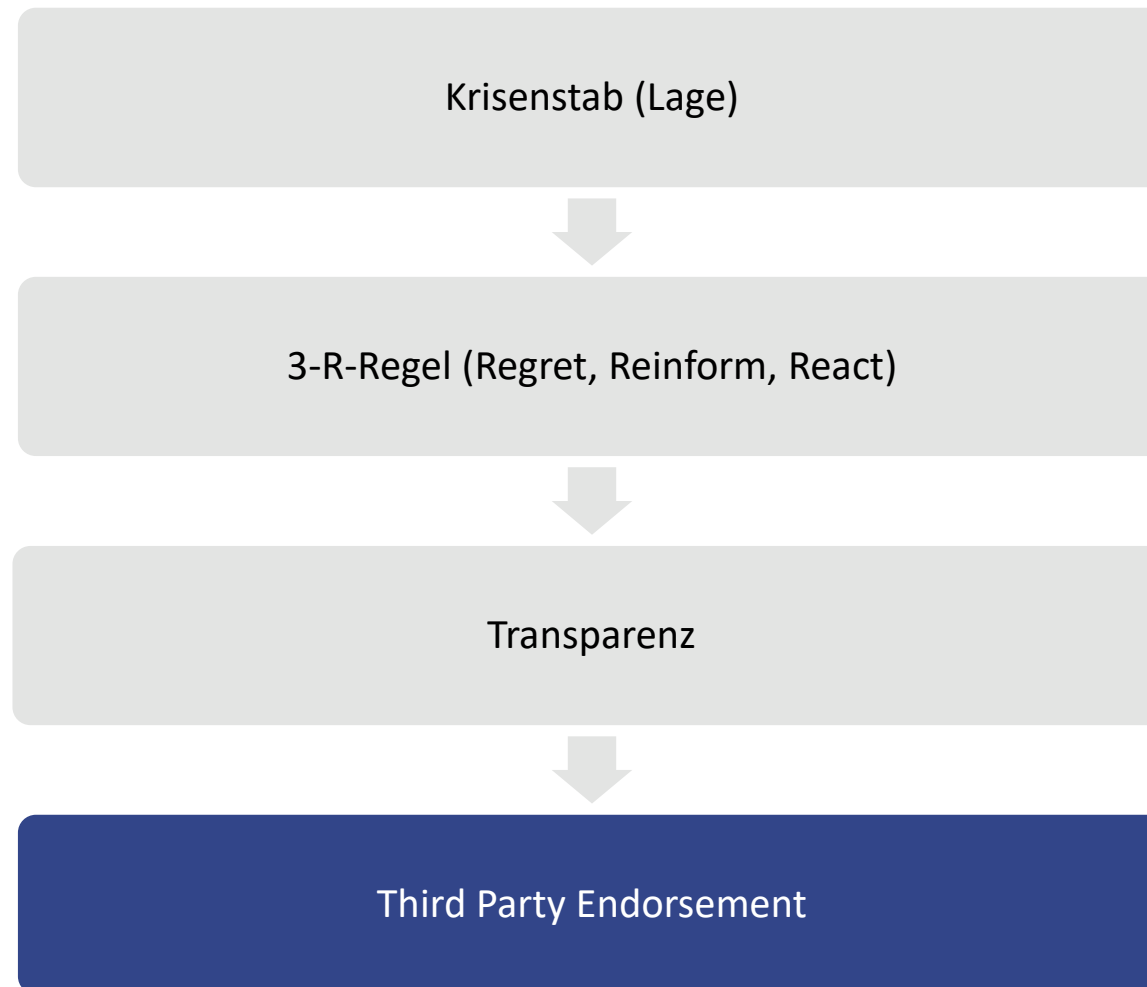
TRANSPARENZ BEI UNICEF

Als Spender, Partner und Unterstützer haben Sie jederzeit Einblick in die weltweite UNICEF-Arbeit. Transparentes Handeln steht bei UNICEF Deutschland an oberster Stelle. Unsere Spender, Partner und Unterstützer sollen jederzeit wissen, wohin die gespendeten Gelder fließen und wie die Projektarbeit vorangeht.

So veröffentlichen wir einmal im Jahr im UNICEF-Geschäftsbericht, wie und wo Spenden aus Deutschland konkret geholfen haben. Weil wir detailliert und gewissenhaft arbeiten und berichten, ist UNICEF mit dem DZI-Spenden-Siegel ausgezeichnet.

Screenshot unicef.de/informieren/ueber-uns/transparenz-bei-unicef, Zugriff am 14. April 2020

Aktion in der Krise



Beispiel Third-Party Endorsement



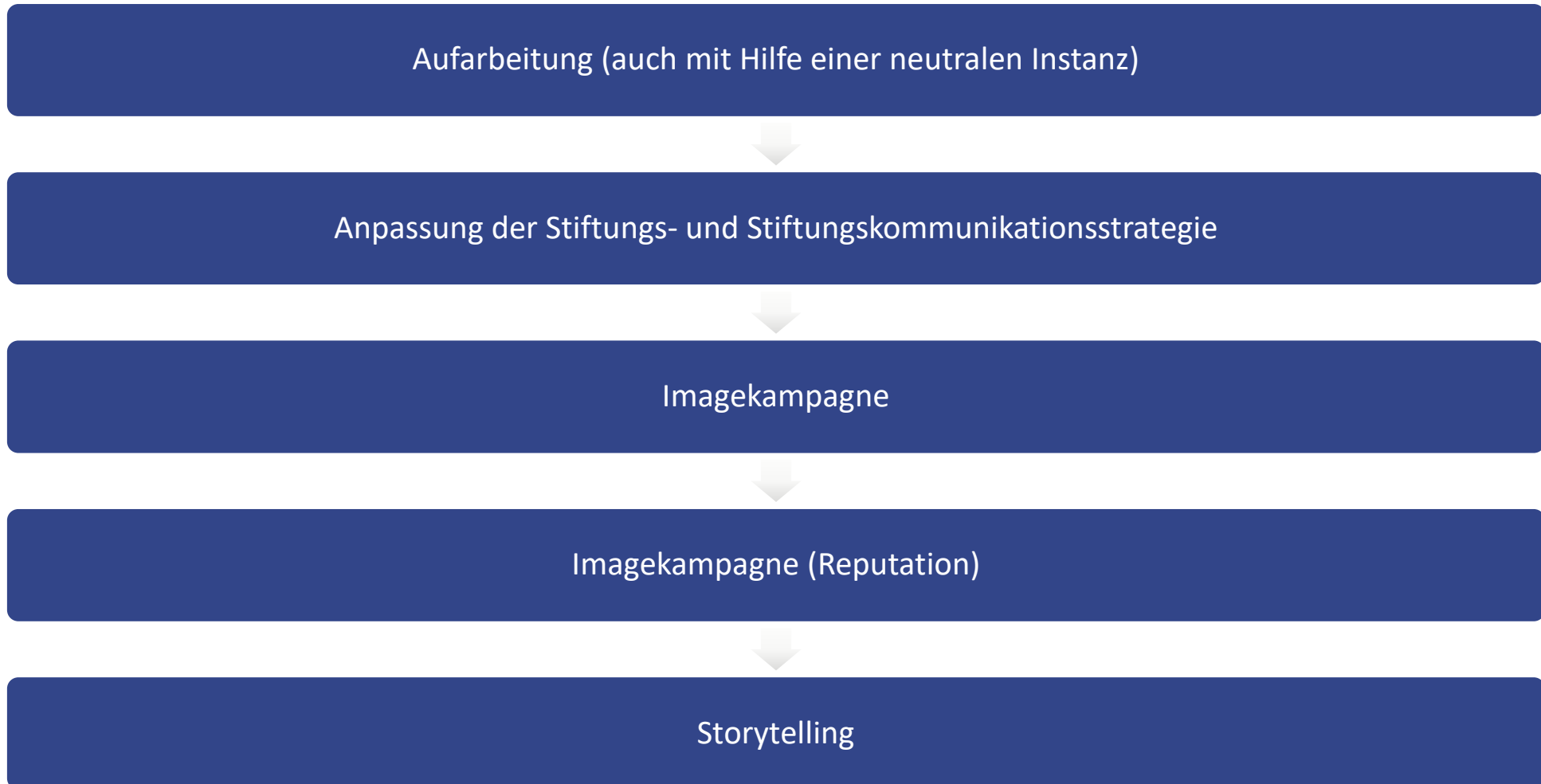
The screenshot shows the website 'Menschen für Menschen' with a navigation bar containing 'Unser Erfolgsmodell', 'Wirkung', 'Ihre Unterstützung', and 'Über uns'. A shopping cart icon shows '0' items. The main banner features a woman in a blue and white striped shirt holding a coffee bag, with the text 'Menschen für Menschen' and 'Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe'. A red 'Spenden' button is visible. Below the banner, the text reads 'Unsere Botschafter und Partner' and 'Prominente und Unternehmen für Äthiopien'.

Screenshot menschenfuermenschen.de/ueber-uns/die-stiftung/botschafter-und-partner/, Zugriff am 15. April 2020

Methodenmix

Rehabilitation

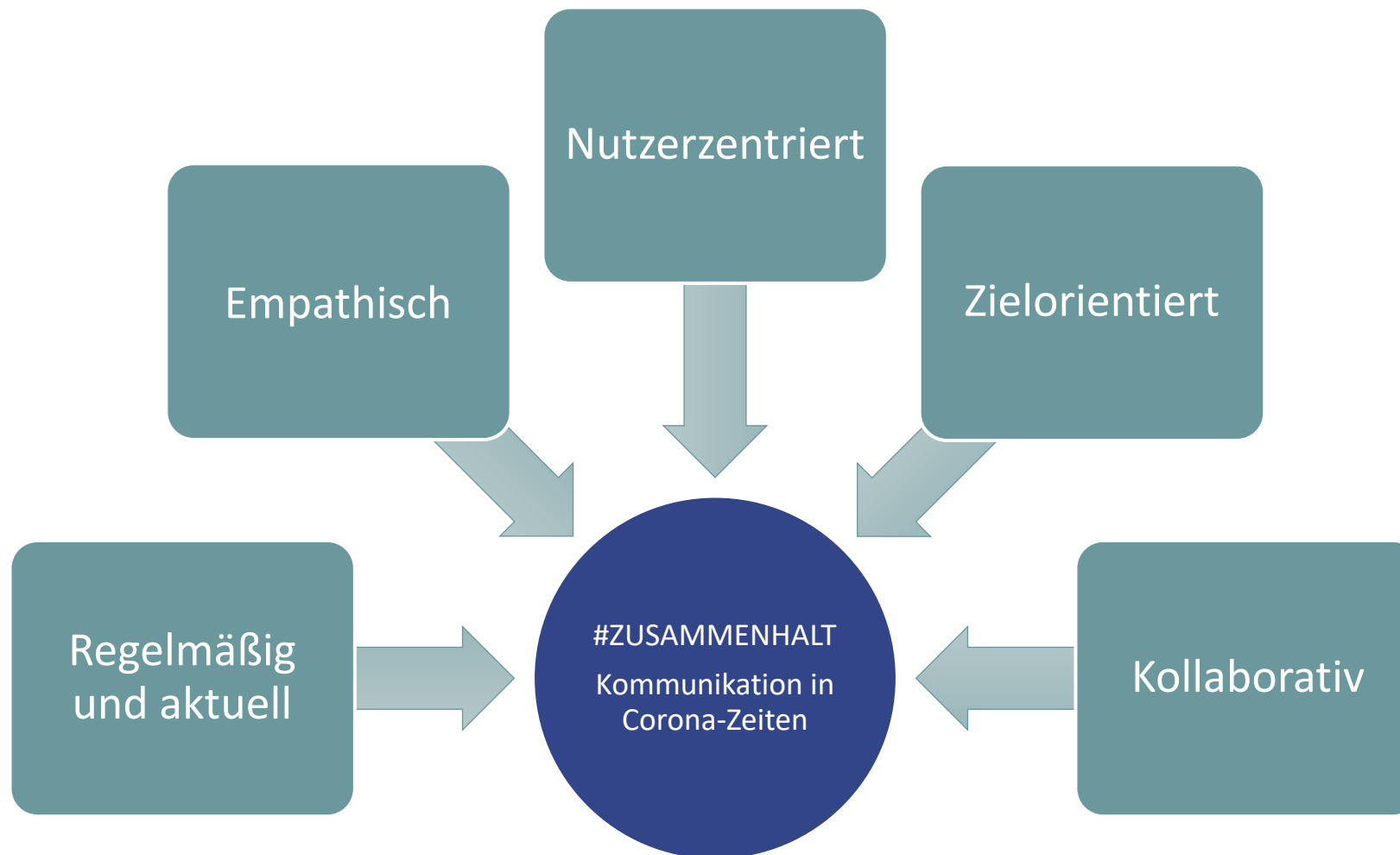
Rehabilitation



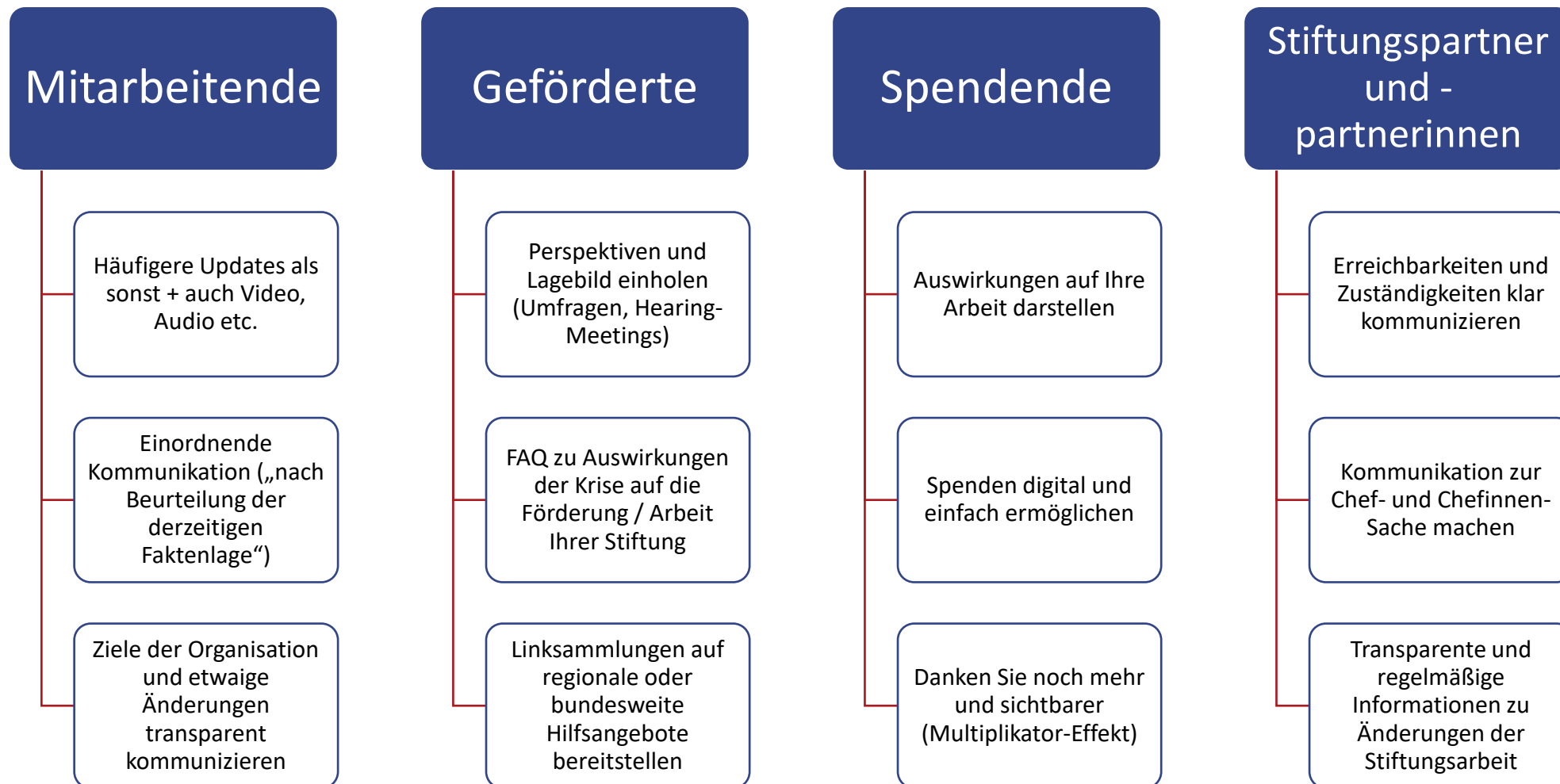
Stiftungskommunikation

in Corona-Zeiten

Grundsätze und Best Practices



Zielgruppen und Maßnahmen



Umgang mit Desinformation

Desinformationen in Corona-Zeiten haben das Ziel, Vertrauen in Regierung, Verwaltung und Medien zu schwächen und Misstrauen in Bezug auf multilaterale Zusammenarbeit zu säen.

Was können Stiftungen tun?

1. Informationen prüfen

- Quelle(n) / Account / Bilder

2. Zielgruppen auf Faktenchecking-Stellen hinweisen

- tagesschau.de/faktenfinder
- correctiv.org/faktencheck/coronavirus

3. In eigenen Äußerungen auf offizielle Quellen Bezug nehmen

- [rki.de](https://www.rki.de)
- [who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019)

Exkurs

Litigation PR

Litigation Public Relations

= Öffentlichkeitsarbeit mit juristischen Mitteln bzw. auch prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit

Gegendarstellung

auf Verlangen zu veröffentlichende Gegenäußerung
möglich bei Tatsachen – nicht Meinungsbehauptungen

Unterlassung

Ziel, zukünftige Veröffentlichungen zu unterbinden
z.B. bei Eingriffen in das Persönlichkeitsrecht

Widerruf

eigene Darstellung des Sachverhalts plus Widerruf des Verfassenden
möglich bei Tatsachen- nicht Meinungsbehauptungen

Am Ende: 10 Tipps

1. Früherkennung schafft Vorsprung. Beobachten Sie die Medien genau.
2. Keine Denkverbote! Seien Sie kreativ bei der Szenarien-Abschätzung.
3. Kehren Sie vor Ihrer Haustür. Professionelle interne Kommunikation ist die halbe Miete.
4. Wir sind alle nur Menschen. Bleiben Sie authentisch.
5. Behalten SIE das Heft des Handelns in der Hand.
6. Vermeiden Sie Verteidigung, Ausflüchte und Selbstmitleid.
7. Nutzen Sie die Expertenfokussierung der Medien.
8. Räumen Sie hinterher wieder auf.
9. Eine für alle. Die Reputation der Stiftungen ist eine Gemeinschaftsaufgabe.

„Krise ist ein produktiver Zustand. Man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen.“

Max Frisch

Vielen Dank!

Bundesverband Deutscher Stiftungen
Katrin Kowark
Co-Leiterin Newsroom / Leiterin Presse /
Pressesprecherin

Mauerstraße 93
10117 Berlin

Twitter: @Katkowa
E-Mail: katrin.kowark@stiftungen.org