

Es muss doch **nicht** alles so **kompliziert** sein.

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

protel

Krisenmanagement. Wie rüsten sich Hoteliers gegen die Währungskrise? Seite 8; **Wie gut sind die Touristiker vorbereitet?** Seite 9; **Wie geht man im Krisenfall mit Social Media um?** Seite 10; **Wie gehen Organisationen vor?** Seite 11

Krise: Ehrlich und sofort informieren

Eine Krise kann alle Betriebe treffen. Krisenkommunikator Roland Binz sagt, was es in einem solchen Fall zu tun gilt. Die Kommunikation ist entscheidend.

CHRISTINE KÜNZLER

Roland Binz, angenommen, Sie wären Hotelier. In Ihrem Haus hat ein Gast eine Infektion durch Legionellen-Bakterien eingefangen. Was tun Sie?

Wichtig ist, auf ein gutes Krisenmanagement aufbauen zu können. Die Notfallmassnahmen müssen greifen. Noch bevor nach aussen kommuniziert wird, müssen alle Betroffenen gut informiert werden, nicht nur die Direktbetroffenen, sondern auch die potenziell Betroffenen, wie Gäste, Mitarbeitende oder Behörden. Diese Menschen sind nahe am Problem und kommunizieren auch gegen aussen – im Familien- oder Bekanntenkreis. Wenn sie gut informiert sind, erzeugen sie einen positiven Multiplikationseffekt. Die Gefahr, dass sich eine Krise auch zu einer Kommunikationskrise ausweitet, minimiert sich.

Wie wichtig ist Ehrlichkeit in der Krisenkommunikation?

Wahrhaftig zu informieren, ist eines der obersten Prinzipien. Selbst wenn das für den Unternehmer unangenehm sein kann. Es bringt nichts, etwas zu vertuschen oder schönzureden. Die Gefahr, dass die Wahrheit ans Licht kommt, ist sehr gross. Der Imageschaden wäre enorm, die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen ins Hotel würden nachhaltig erschüttert.

Wie lässt sich ein Imageschaden beheben?

Es ist nie zu spät für eine gute Krisenkommunikation, selbst wenn man sich zu Beginn vielleicht ungeschickt verhalten hat. Wenn Fehler passiert sind, dann gilt es, dazu zu stehen und glaubhaft zu vermitteln, dass man aus den Fehlern gelernt hat. Diese selbstkritische Haltung wirkt sich positiv aus und schafft Goodwill.

Unterscheiden Sie zwischen einer hausgemachten und einer externen Krise?

Diese Unterscheidung spielt insbesondere in der Anfangsphase eine wichtige Rolle. Bei durch höhere Gewalt ausgelösten Krisen ist der Imageschaden für das Unternehmen zu Beginn geringer. Wenn der Hotelier im Verlauf der Krise ungeschickt informiert, kann der Eindruck entstehen, er habe die Sache nicht im Griff oder ein ungenügendes Krisenmanagement.

Was tut der Unternehmer, wenn er zu wenig Informationen über die Auswirkungen einer Krise hat?

Selbst wenn er noch nicht über alle Informationen verfügt, sollte er sofort kommunizieren und aufzeigen, was er in der aktuellen Situation unternimmt – auch wenn das genaue Schadensausmass nicht bekannt ist. Wichtig ist, dass er laufend informiert.

Ein gutes Krisenmanagement beeinflusst also den Geschäftsgang?



ZVG

Definition Wann spricht man von einer Krise?

Als **Krise** bezeichnet man eine vom Normalzustand abweichende, sich plötzlich oder schleichend entwickelnde Lage, die durch ein Risikopotenzial gekennzeichnet ist. Zum Beispiel: Schäden für Leib und Leben von Menschen, an Sachwerten sowie schwerwiegende Gefährdungen des politischen, sozialen oder wirtschaftlichen Systems. Ein Krisenfall erfordert Entscheidungen – oft verbunden mit Unsicherheit und unvollständiger Information. (Quelle: www.vbg.de) ck

Absolut. Ein gutes Management und eine gute Kommunikation verkürzen die Krise wesentlich. Wer nicht vorbereitet ist und ungeschickt agiert, sieht sich stärker mit kritischen Fragen konfrontiert und riskiert weitere

«Es ist nie zu spät für eine gute Krisenkommunikation.»

Roland Binz
Kommunikation & Image

Ab welcher Betriebsgrösse braucht es ein Krisenkonzept?

Simple Kommunikationskrisen, ausgelöst durch eine vermeintliche Kleinigkeit, können alle treffen, von der Jugendherberge bis zum Luxushotel. Denn Krisenkommunikation spielt sich heute in Echtzeit ab. Viele Leute sind potenzielle «Leserreporter» für Online-Redaktionen oder publizieren Meldungen über Facebook und Twitter. In Social Media entstehen immer mehr Kommunikationskrisen. Es reicht, wenn ein Gast eine kritische Beobachtung

Krisenkommunikator Roland Binz.



iStockphoto

So präsentierten sich die Tafeln vor zehn Jahren – als die Swissair groundete. Die damalige Kommunikationsverantwortliche Beatrice Tschanz hatte die Krise vorbildlich kommuniziert.

postet – die Nachricht verbreitet sich wie ein Lauffeuer, das nicht selten auf konventionelle Medien übergreift. Zudem werden Krisen oft unterschätzt. Wenn ein Gast unzufrieden ist und sich nicht ernst genommen fühlt, kann das bereits ein Auslöser einer Krise sein. In diesem Fall ist es wichtig, dass der Hotelier die Angelegenheit sofort mit dem Gast direkt klärt. So kann verhindert werden, dass eine Krise gegen aussen entsteht.

Wer kein Kommunikationskonzept hat, kann eine externe Fachperson beiziehen ...

In vielen Fällen ist das aus psychologischen Gründen ratsam. Denn in Krisensituationen, wenn es Kritik hagelt oder wenn Journalisten unangenehme Fragen stellen, reagieren wir Menschen reflexartig mit Abwehr, Negieren, Gegenangriff oder Schuldzuweisungen. Man ist ja betroffen, was Emotionen auslöst. Hier ist eine Aussensicht extrem hilfreich.

Die Rolle des Vorstands, des Verwaltungsrats?

Sie spielen im akuten Krisenmanagement keine Rolle. Die operativen Leute sind gefragt und müssen die entsprechenden Entscheidungskompetenzen haben. Wichtig ist, den Verwaltungsrat bei der internen Information gut einzubinden.

Roland Binz, Kommunikation & Image in Winterthur, ist Gründungsmitglied und Vizepräsident des Schweizerischen Verbands für Krisenkommunikation.

ANZEIGE

Dialock Hotels werden von den Gästen besonders gelobt für:

- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Bestellen Sie die **Dialock Dokumentation** inkl. der Schweizer Hotel-Referenzliste:
Tel. 071 686 82 00, info@haefele.ch
Häfele Schweiz AG
Dammstrasse 29, 8280 Kreuzlingen

HÄFELE
FUNCTIONALITY FOR YOU

Treuhand à la carte?

bilanzbuffet.ch
die hotel gastro zahlenküche

Ihre Social Media Spezialisten für Hotellerie und Tourismus.

blum, bryant
www.blumbryant.ch

idea creation

Revolutionieren Sie Ihr Gutschein-Business

e-guma®
Das Gutschein-Management-System
Gutscheine & Packages erfolgreicher verkaufen - einfacher verwalten
Idea Creation GmbH - 8003 Zürich - +41 44 500 54 00 - www.ideacreation.ch