



Foto: Vobe Inspires People GmbH

Fünf vertiefende Fragen an Steff Berger

Expertin für Krisenmanagement

tw tagungswirtschaft: Was ist Krisenkommunikation?

Steff Berger: Krisenkommunikation ist eine strategische Kommunikation, die ursprünglich für große Unternehmen und Konzerne entwickelt wurde. Sie wird meist von der PR-Abteilung geleitet und konzentriert sich darauf, den Ruf des Unternehmens zu schützen und Krisen öffentlich zu managen. Im Veranstaltungsbereich arbeiten wir oft mit Marketingteams zusammen, die keine spezialisierten PR-Experten sind. Aber mit dem richtigen Mindset und den passenden Werkzeugen können auch wir das erfolgreich meistern. Deshalb ist es entscheidend, bereits im Vorfeld Bausteine und Kommunikationsstrategien zu entwickeln, um im Krisenfall schnell und effektiv reagieren zu können. Der Fokus liegt dabei auf Reputationsmanagement und der Berücksichtigung der emotionalen Betroffenheit von Teilnehmern und Betroffenen. Wesentliche Aspekte sind:

- **Frühzeitige Erkennung:** Krisen rechtzeitig durch aktives Monitoring erkennen.
- **Transparenz:** Offen und ehrlich kommunizieren, keine Vertuschungen.
- **Schnelligkeit:** Präzise Updates, um Gerüchte zu verhindern.
- **Konsistenz:** Einheitliche Botschaften, keine Widersprüche.
- **Flexibilität:** Kommunikation dynamisch anpassen.
- **Nachbereitung:** Vertrauen wiederherstellen, aus der Krise lernen.

- **Reputation:** Empathisch kommunizieren, emotionale Betroffenheit berücksichtigen.

Womit und wann beginnt die Planung für gute Krisenkommunikation?

Die Planung für Krisenkommunikation beginnt lange vor einer Krise. Im klassischen Krisenmanagement sind fundierte Risikobewertungen, ein durchdachter Krisenkommunikationsplan und regelmäßige Schulungen entscheidend, um im Ernstfall schnell zu reagieren. Kontinuierliches Monitoring hilft, potenzielle Krisen frühzeitig zu erkennen. Bei Veranstaltungen mit begrenzten personellen Ressourcen ist es wichtig, so viel wie möglich im Voraus vorzubereiten: Kommunikationsbausteine, Stakeholderanalysen, eine „Dark Site“ und FAQs sind wertvolle Hilfsmittel im Falle eines Zwischenfalls. Kommunikation bedeutet für uns, dass sie immer wahr, eindeutig, transparent und an die aktuelle Lage angepasst ist. Besonders während einer Veranstaltung, wo die Emotionalität der Teilnehmenden eine große Rolle spielt, muss sich die Kommunikation auf ihre Bedürfnisse und Betroffenheit konzentrieren. Unsere Teilnehmer*innen müssen sich in der Kommunikation wiederfinden.

Was gilt es für gute Krisenkommunikation zu beachten, wenn Events wie etwa die IAA Mobility in öffentliche Räume wie die Münchner Innenstadt gehen und sich damit aus den traditionellen Grenzen von Venues herausbewegen?

Wenn große Events wie die IAA Mobility in öffentliche Räume wie die Münchner Innenstadt verlagert werden, bringen sie besondere Herausforderungen für die Besucherkommunikation mit sich. Ein durchdachtes Besucherleitsystem und effektive Informationssysteme sind hier entscheidend. Diese Systeme sorgen nicht nur für ein reibungsloses Eventerlebnis, sondern können im Ernstfall auch für die Krisenkommunikation genutzt werden. Ein solches Konzept unterstützt dabei, dass die Besucher im Notfall schnell informiert werden und richtig reagieren können. Das Krisenkommunikationskonzept selbst sorgt dafür, dass das Team vorbereitet ist und bereits im Vorfeld wichtige Bausteine erarbeitet wurden – sei es durch vorgefertigte Nachrichten, abgestimmte Kommunikationskanäle oder ein klares Mindset, wie in Stresssituationen kommuniziert wird. Dies ermöglicht es, im Ernstfall effizient und klar zu handeln, da bereits alles geplant und getestet wurde.

Wie können Eventteilnehmer mit Warnungen und Sicherheitsmitteilungen am besten erreicht werden, wenn sie sich über große Flächen verteilen?

Bei Veranstaltungen in öffentlichen Räumen ist eine Kombination verschiedener Kommunikationskanäle entscheidend, um Teilnehmer schnell und zuverlässig zu erreichen. Eine Kombination aus digitalen und physischen Kommunikationskanälen – Push-Nachrichten, SMS, Lautsprecherdurchsagen und geschultes Personal – gewährleistet umfassende Sicherheitskommunikation. Viele dieser Tools sind auch gut für Business-Veranstaltungen einsetzbar und helfen, Teilnehmer effektiv zu erreichen und in Notfällen richtig zu informieren. Hier eine Auswahl:

- **Mobile Apps mit Push-Benachrichtigungen:** Bieten präzise Sicherheitsupdates, die Teilnehmer direkt erreichen.
- **SMS-Benachrichtigungen:** Funktionieren unabhängig von mobilen Daten und erreichen fast alle Teilnehmer.
- **Lautsprecherdurchsagen & Anzeigetafeln:** Verbreiten wichtige Informationen sofort in großen, offenen Bereichen.
- **Social Media:** Nutzen Plattformen wie Twitter, LinkedIn und Facebook für Echtzeit-Updates.
- **Kooperation mit öffentlichen Verkehrsmitteln:** Verbreiten Informationen über Verkehrsinfrastrukturen.
- **E-Mail-Benachrichtigungen:** Eignen sich für weniger dringende, detaillierte Informationen.
- **Flyer & Plakate:** Bieten visuelle Hinweise an strategischen Orten.
- **Event-Personal:** Geschultes Personal vor Ort informiert Besucher und leitet sie in Notfällen.

Wie kann Eventpersonal für den Extremfall geschult werden?

Um Eventpersonal auf Extremsituationen vorzubereiten, sind umfassende Schulungen, Simulationen und die Zusammenarbeit mit externen Partnern entscheidend. In der Praxis sieht das in der Veranstaltungsbranche jedoch oft anders aus. Ich glaube, das ist im Business-Veranstaltungskontext auch noch immer eine große Herausforderung! Wir arbeiten häufig mit Dienstleistern, die nicht immer lokal ansässig sind und oft mit wechselndem Personal arbeiten. Das erschwert es, alle Stakeholder auf denselben Wissensstand zu bringen. Hinzu kommt, dass viele Kunden nicht bereit sind, zusätzliche Kosten für Schulungen vor Ort zu tragen. Dennoch gibt es Maßnahmen, die helfen, das Bewusstsein zu schärfen und alle Beteiligten besser zu erreichen:

- **Booklet (Leitfaden):** Enthält Verhaltensregeln, Kommunikationsrichtlinien, Notfallnummern und Maßnahmen sowie Anleitungen für Meldungen.
- **Erklärvideo:** Zeigt wichtige Maßnahmen und Verhaltensregeln am Eingang für alle Mitarbeiter*innen.
- **Verpflichtung:** Alle Mitarbeiter*innen unterschreiben das Booklet, um sicherzustellen, dass die Informationen verstanden wurden.

In Großbritannien ist dieses Verfahren seit Jahrzehnten etabliert. Dort ist „Health and Safety“ ein Schlüsselfaktor für Veranstaltungen, und wir können von diesen Standards lernen und das Ganze mit Krisenmanagement für Veranstaltungen kombinieren. Ein entscheidender zusätzlicher Schritt ist die Einrichtung eines Incident Managers. Diese Rolle darf nicht mit anderen Aufgaben vermischt werden. Der Incident Manager ist die

zentrale Ansprechperson bei Vorfällen, muss allen bekannt sein und spielt eine entscheidende Rolle in der Zwischenfallbewältigung. Es ist wichtig, dass alle Mitarbeiterinnen wissen, wer der Incident Manager ist und an wen sich Besucher bei Problemen wenden können. Das gesamte Servicepersonal – von Hostessen über Sicherheit bis hin zum Catering – ist oft die erste Anlaufstelle. Sie müssen Probleme frühzeitig erkennen und wissen, wie sie diese richtig weiterleiten. Kommunikation ist hier der Schlüssel: Gut geschulte Mitarbeiter*innen können schnell und effektiv reagieren, was nicht nur die Veranstaltung schützt, sondern auch das Team vor unnötigem Stress bewahrt.

[Maxi Nessmann](#)