

Warum ist Kommunikation in Krisenzeiten so wichtig?

Interne Kommunikation ist bereits eine Schwierigkeit für sich. Kommunikation in Krisenzeiten ist eine ganz besondere Herausforderung. Für verschiedene Unternehmen entwickelt sich die Coronakrise zur Unternehmenskrise.

In der Krise fragen sich zwangsläufig auch die Beschäftigten der betroffenen Unternehmen:

- Was wird aus meinem Arbeitsplatz?
- Was wird aus unserer Gemeinschaft?
- Wie verändert sich mein bekanntes Leben?
- Was wird aus der Firma, für die ich mich engagiere?

Der Bedarf an interner Kommunikation steigt in Krisen!

Wichtig ist, dass Sie jetzt als Unternehmensleitung ohne Doppeldeutigkeiten mit Ehrlichkeit und Transparenz informieren. Die Beschäftigten benötigen Informationen. Betriebsinterner „Buschfunk“ wird sich nie abstellen lassen. Doch die Gerüchte lassen sich auf ein erträgliches Maß reduzieren.

Kommunizieren Sie in Krisenzeiten nicht ausreichend, schwinden:

- Loyalität und Engagement
- Verbundenheit zum Unternehmen und
- Insbesondere die Verbundenheit zu Ihnen, der Unternehmensleitung und Führungskräften.

Es geht darum, die Beschäftigten zu Verbündeten zu machen. Sie werden Ihre Mitarbeiter*innen nach der Krise zum Aufbau benötigen!

Durch gute Führung und Informationen machen Sie Ihre Beschäftigten zu Verbündeten!

Was wünschen Sie sich in Krisen?

- gute Informationsgrundlagen
- Überblick und Ausblick
- Lösungen
- jemandem, der einem sagt, was man am besten tut?

Sie mögen als Unternehmensleitung vielleicht gerade nicht, dass Ihnen jemand sagt, was Sie tun sollen, aber genau deshalb sind Sie auch Führungskraft. Ihre Belegschaft jedoch benötigt gerade in Krisen Halt und Vertrauen und jemanden, der aus der Krise führen kann.

Ohne Kommunikation und Führung erfährt aber niemand von Ihren Plänen. Die Belegschaft weiß nicht, dass sie in Ihnen als Unternehmensleitung Halt finden kann, wenn Sie nicht mit der Belegschaft kommunizieren.

Wie gestalten Sie eine gute interne Kommunikation in Krisenzeiten?

- Kommunizieren Sie sofort und eindeutig, sobald Ihnen neue Informationen vorliegen.
- Kommunizieren Sie mindestens einmal in der Woche oder (s.o.) öfter.
- Auch wenn nichts Neues dazu gekommen ist, kommunizieren Sie eben diese Situation.
- Erklären Sie die wirtschaftliche Situation des Unternehmens. Sie geben Ihrer Belegschaft damit den Beweis, dass Sie sie wertschätzen.
- Beteiligen Sie Ihre Beschäftigten beim Finden von Lösungen.
- Machen Sie Ihre Entscheidungen transparent.
- Legen Sie die Hintergründe von Entscheidungen nach Möglichkeit offen.
- Wenn Sie Entscheidungen auf Grund von geänderten Rahmenbedingungen ändern müssen, machen Sie das transparent.
- Geben Sie wichtige Informationen schriftlich ausgearbeitet an die Führungskräfte weiter, so dass diese genau wissen, was sie Ihren Mitarbeitenden mitteilen müssen. So vermeiden Sie den „Stille Post“ Effekt
- Halten Sie sich an Ihr Organigramm und informieren/delegieren Sie gemäß den Ebenen.
- Informieren Sie Ihre Beschäftigten auch, wenn sich glücklicherweise Ihr Unternehmen in keiner Krisensituation befindet. Ohne Information kann das niemand in Ihrer Belegschaft wissen.

Sie haben als Unternehmensleitung oder Führungskraft jetzt selber viel zu tun?

Dann setzen Sie neue Prioritäten im Sinne der internen Kommunikation. Geben Sie der internen Kommunikation in Krisen Ihre volle Aufmerksamkeit - noch mehr als je zuvor. Holen Sie sich ggf. Unterstützung. Sichern Sie sich die Grundlagen und den Aufwand für die Zeit nach der Krise. Es geht nicht ohne Ihre Beschäftigten!

UND: Denken Sie bitte auch an die Kommunikation mit Ihren Kunden und Lieferanten.