

Leipzig, 06. November 2015

# Krisenkommunikation bei Hilfsorganisationen

Ein Praxisbeispiel

Julian J. Rossig  
*julian.rossig@johanniter.de*

**DIE  
JOHANNITER**



**Aus Liebe zum Leben**



**DIE  
JOHANNITER**



**RÜCKENSTÜTZUNGSDIENST**

**L UK 8047**  
HEIL Die Service Familie



ANWITER



STOPHENSCHUTZ

# Ist das noch normal oder schon Krise?

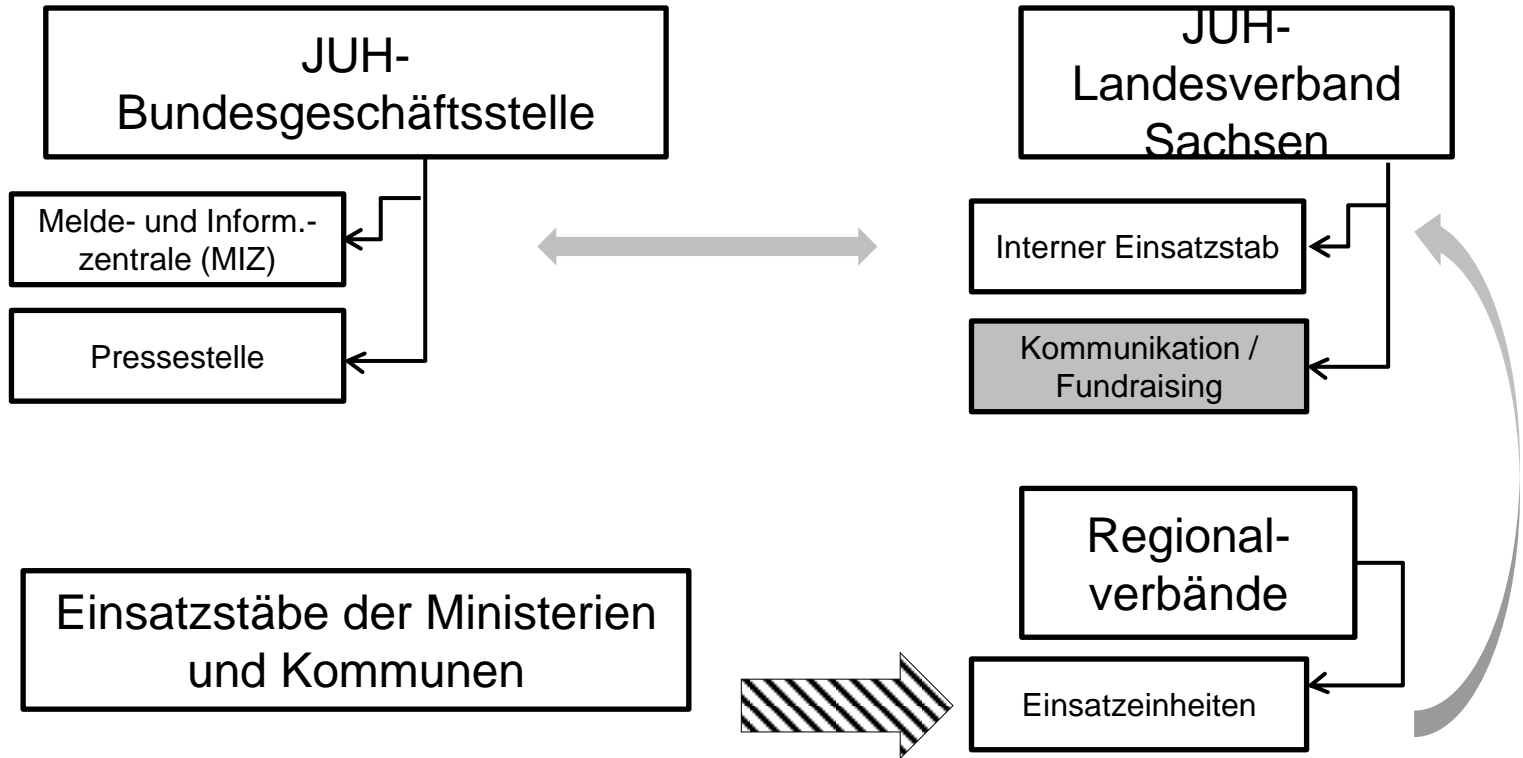
- Massive öffentliche Kritik
- Drohender Reputationsschaden
- Anlass erscheint skalierbar

→ *Krisenkommunikation*



# Katastrophenkommunikation

- Klare Zieldefinition: Alle Kommunikationsanstrengungen müssen
  - *Auf die Marke „Johanniter“ einzahlen*
  - *Das Fundraising unterstützen*
- First-Mover Advantage
- Gleichschritt von interner und externer Kommunikation
- Grundsatz der Langfristigkeit



# Konkrete operative Umsetzung

- Alle langfristig geplanten Kommunikationsaktivitäten stoppen
- Durch schnelle und offene Medienarbeit die Deutungshoheit erarbeiten
  - Tägliche Medienmitteilung mit Status-Update
  - Konsequente Positionierung als „Experte“
  - Vernetzung mit anderen Akteuren, bspw. ADH
- Aussagestarkes Bildmaterial kreieren





# Lessons learnt

- Rollenklärung: Teil des Problems oder Teil der Lösung?
- Straffung von Zuständigkeiten:
  - Fruchtllose Grundsatzdiskussionen unterbinden
  - Freigabeschleifen verkürzen
  - Anfragen mit „Leidensgenossen“ koordinieren
- Die Macht der Bilder kann nicht überschätzt werden
- Friends und Follower gewinnt man in Friedenszeiten

# Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



## **Julian J. Rossig**

Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.  
Landesverband Sachsen

Gerichtsweg 28  
04103 Leipzig

Büro: 0341 49627-060

Mobil: 0172 344 77 88

[julian.rossig@johanniter.de](mailto:julian.rossig@johanniter.de)



**DIE JOHANNITER**



RÜCKGANGSDIENST

L UK 8047  
HEIL Die Service Familie

