

KRISENMANAGEMENT UND KRISENKOMMUNIKATION

Seit 2006 bietet die HDV in allen vier Regionen jeweils ein HDV-Regio-Camp mit gleichem Inhalt an, in dem Weiterbildung pur auf dem Programm steht. Die Veranstaltungsorte in diesem Sommer waren: In der Region 1 auf Gut Thansen in Soderstorf, in der Region 2 im Kardinal Schulte Haus in Bergisch Gladbach. Eine Woche später war die Region 3 dran und kam im Jakobsberg Hotel und Golfresort in Boppard zusammen. Last but not least tagte die Region 4 im Parkhotel Bad Griesbach. Das diesjährige Thema „Krisenmanagement und Krisenkommunikation“ wurde von Referent Frank Roselieb, Krisennavigator beim Institut für Krisenforschung, präsentiert und moderiert.



Frank Roselieb

Checkliste für Hoteldirektoren:

Um eine Krisenprävention durchzuführen, muss ein internes Krisenaudit durchgeführt werden. Mögliche Ursachen und realistische Krisentypen des eigenen Hotels oder von anderen Häusern in einer „Brainstorming-Sitzung“ werden hier ermittelt. Aus den möglichen Krisen sollten 8–10 ausgewählt werden, die besonders wahrscheinlich oder folgenschwer sind. Dazu muss ein Ablaufplan nach dem „Wann-macht-wer-was“ Schema erstellt werden. Außerdem ist eine Kriseninfrastruktur mit Einbeziehung

der wichtigsten Mitarbeiter aus allen Bereichen hilfreich, um gemeinsam eine Ablauforganisation mit Alarmierungslisten zu erarbeiten. In diesem Zuge sollte ein Krisenhandbuch u. a. mit wichtigen Hotelhintergründen, Informationen über Mitarbeiter und vorbereiteten Presstexten zusammengestellt und vorbereitete Internet-Seiten (Dark Sites) mit Erstinformationen in einem Krisenportal hinterlegt werden. Durch ein externes Krisenzertifikat werden Mitarbeiter und Gäste für dieses Thema sensibilisiert.

Wenn eine Krise eintritt, sollte sofort der Managementstab aktiviert werden, der vom Tagesgeschäft abgeschirmt, sich um die Bewältigung und Schadensbegrenzung kümmert. Dazu benötigt er eine kurze schriftliche Sprachregelung, die an Dritte weitergegeben werden kann. Eine zeitnahe und wahrheitsgemäße Kriseninformation sollte an Mitarbeiter, betroffene Gäste oder Beteiligte weitergegeben werden. Rabattaktionen und Imagekampagnen unbedingt stoppen. Zur Nachbereitung ist es



Regio-Camp 1 auf Gut Thansen in Soderstorf



Regio-Camp 2 im Kardinal Schulte Haus in Bergisch Gladbach



Regio-Camp 3, Jakobsberg Hotel und Golfresort in Boppard



Regio-Camp 4, Parkhotel Bad Griesbach

wichtig, verletzte Gäste um Entschuldigung zu bitten sowie bei kontroversen Meinungen über ein Thema die Beteiligten an einen „runden Tisch“ oder zur Diskussion einzuladen.

Weitere Informationen dazu sind unter www.krisennavigator.de zu finden.

Die Reaktion der – allerdings nicht sehr zahlreichen – Regio Camps Teilnehmer war durchweg positiv – so wie die von Markus Franke, Direktor des Johanniter-Hotel in Butzbach: „Ein von der ersten Minute an fesselndes Seminar zu einem ernsten Thema. Frank Ro-

selieb schaffte es mit einem hohen Maß an Fachkompetenz anhand realer Fallbeispiele das Entstehen und die Entwicklung von Krisen sowie Strategien zur Krisenbewältigung eindrucksvoll zu vermitteln.“ Auch HDV-Vorstandmitglied Oliver Mathée, der die Region 2 besucht hat, fand das Seminar interessant. Er hätte sich jedoch mehr Zuspruch von den Mitgliedern gewünscht: „Die angesprochenen Themen waren zwar nicht immer aus dem Bereich der Hotellerie, aber für jedermann verständlich und nachvollziehbar. Die Beispiele aus der Praxis wurden seriös vorgestellt, ohne jemanden zu diskreditieren. An manchen Fallbeispielen lief es mir eiskalt den Rücken her-

Wasser mit 

Starke
Charaktere
schätzen
stilvolle Begleitung.



Markus Franke



Oliver Mathée

unter, weil ich für mich Handlungsbedarf sehe. Die kleine Runde von 10 Personen ermöglichte einen interessanten und individuellen Erfahrungsaustausch und eine Einschätzung der Situation. Ich habe für mich die Entscheidung getroffen, hier weitere Schritte in Richtung Krisenmanagement vorzunehmen. Wir glauben zwar alles darüber zu wissen, stellen aber fest, dass wir für den Ernstfall nicht vorbereitet sind. Auch haben wir gesehen, dass die Kettenhotellerie in diesem Punkt, der Standardisierung geschuldet, weitaus vorbereiteter ist als die privat geführten Häuser.“

von Martina Reckermann