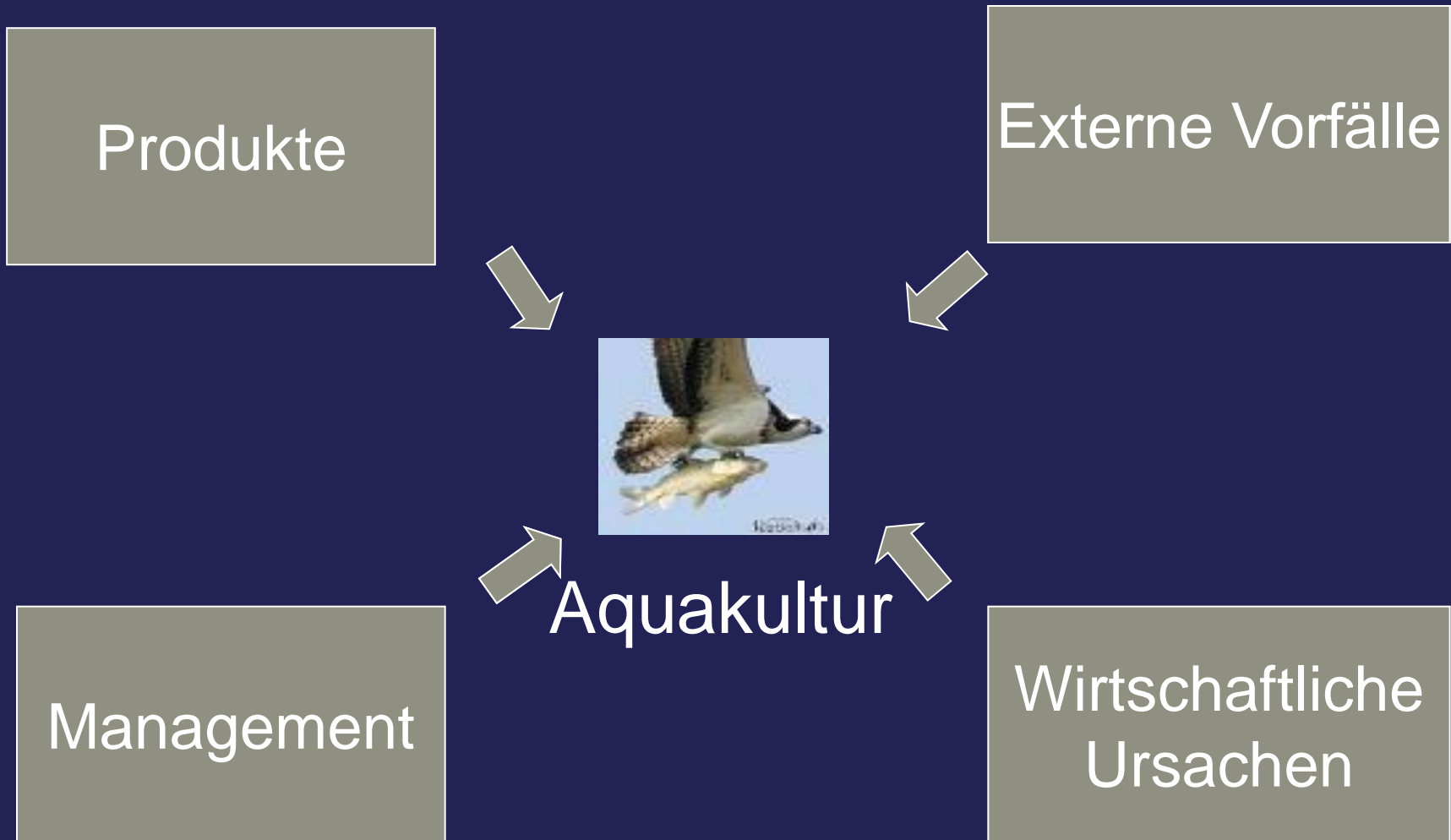


Notfallplan Aquakultur

- Krisen in der Aquakultur
- Eigenschaften von Krisen
- Vorbereitung auf die Krise
- Regeln für die Krisenkommunikation
- Lösung der Krise kurzfristig / langfristig
- Strategien für die künftige Vermeidung

Mögliche Ursachen von Krisensituationen



Krisen können Existenzen gefährden

Bsp.:

- Falsche Vorwürfe
 - Z.B. Verwechslung bei Laboruntersuchungen
- Fischsterben bei Wassermangel
- Fischseuchen, falsche Testergebnisse
- Sensationsjournalismus

Eigenschaften von Krisen

- Plötzlich, unerwartet, ohne Vorwarnung
- Explosionsartige Eskalation möglich
- Treffen von Entscheidungen bei Unsicherheit
- Verheerende langfristige Folgen

Eigenschaften von Krisen

- Der langfristige Klimawandel ist keine Krise
- Aber die einzelne, sporadisch auftretende Ereignisse können Krisen sein:
- Wassermangel, Überschwemmungen, Krankheiten, hohe Wassertemperaturen,
- Schlechte Fleischqualität, Ausfall von Nachzuchten,

Die Krise wird um so schwerer ausfallen:

- je unverhoffter und schneller sie eintritt
- je größer die Zahl der Betroffenen ist.
- je geringer die Kenntnis des Problems und seiner Folgen ist
- Je schwächer der Einsatz heilender Maßnahmen ist

Die Krise ist geprägt von:

Unternehmen steht plötzlich im Rampenlicht

Plötzliche, nicht eingeplante Arbeiten, (Belegschaft)

Plötzlicher wirtschaftlicher Engpass

Viele unterschiedliche Meinungen, unklare Zuordnungen

Nichtsteuerbare Spekulationen, Berichterstattung verselbstständigt sich

Dauerhafter Reputationsschaden,


Mögl. Ursachen in der Aquakultur

- Wasserversorgung
- z.B. **Kurzfristig** (Schaden im System)
- **Langfristig** Schwankungen d. Klimawandel
- Fischsterben /-krankheiten
- Zukauf / Prädatoren / Umwelt
- Fütterung
- Angepasstes Futter für Klima, Stadium... Haltbarkeitsdatum
- Zukaufsqualität
- ad hoc lieferung unbekannter Herkunft

Mögl. Ursachen in der Aquakultur

- Herstellungsmängel
- Transportmängel
- Lagerschäden
- Deklarationsfehler
- Qualitätsmängel
- z.B. Verunreinigung bei der Verarbeitung
- Unterbrechung der Kühlkette
- Hygiene- Technische Mängel
- Falsches Haltbarkeitsdatum
- Hohe Schadstoffkonzentrationen

Kommunikative Konsequenzen

- Negative Berichte über Produkt / Unternehmen
 - Umsatzrückgänge
 - Glaubwürdigkeitsverlust
 - Reputationsverlust des Unternehmens / der Marke
 - Debatte um Schuld
- 
- Medien treiben das Unternehmen vor sich her
 - Mitarbeiter Lieferanten Kunden sind verunsichert
 - Politik und Behörden sehen sich zum Handeln gezwungen

Kommunikative Konsequenzen

- Medien treiben das Unternehmen vor sich her
- Mitarbeiter Lieferanten Kunden sind verunsichert
- Politik und Behörden sehen sich zum Handeln gezwungen



- **Notwendig:**
- Aktives Management der Anspruchsgruppen:
- Medien
- Mitarbeiter
- Kunden u. Lieferanten
- Politik u. Behörden

Risiko in der Krise

- Die anlaufenden Maßnahmen müssen abrufbar sein und nicht erst entwickelt werden



Schnelle Reaktion

Erfolgsvoraussetzung: **Vorbereitung**

Risiko in der Krise

- Es geht kommunikativ nicht darum was wirklich passiert ist,
- Es geht darum, was die Leute denken

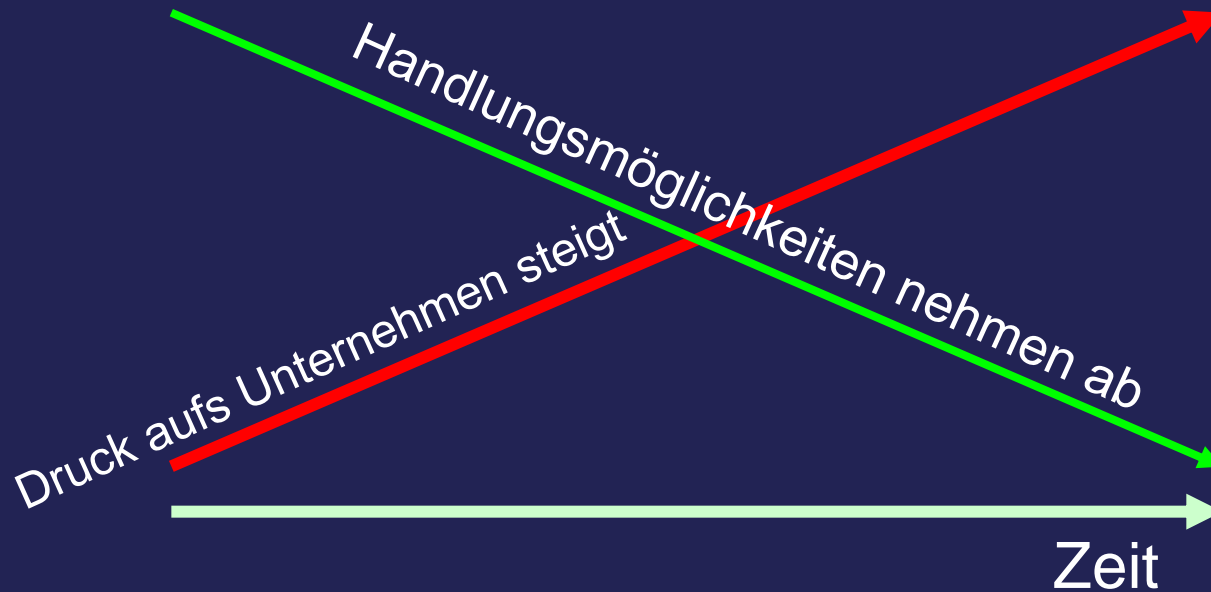


Schnelle Reaktion

Erfolgsvoraussetzung: **Vorbereitung**

Risiko in der Krise

-  Bereitsein ist alles!!!



Was muss **getan** werden

Was ist zu **sagen**?

Wer soll sprechen?

Wen muss man ansprechen

Wann soll man an
die Öffentlichkeit?

**Welche Kommunikations
kanäle** werden genutzt

Wie soll kommuniziert werden

Was ist nach der Krise zu tun !

Maßnahmen und Prozesse

Inhalte /Antworten in der Krise

Rollenverteilung in der Komm.

Richtlinien f. d. Krisenkomm.

Richtlinien für das Timing

Zielgruppen der Krisenkomm.

Kanäle und Instrumente

Nachbereitung

Maßnahmen und Prozesse

Ausführliche Sprachregelung

Anruf bei Topkunden, Behörden, Veterinären, Lieferanten

Schreiben an relevante Kunden

Einrichtung einer Hotline

Einrichtung einer Seite auf der Website

Zusammenarbeit mit Experten (Gutachten ...)

Backupsysteme, Technisch und logistisch

Nachbereitung !

Fragen / Antworten

Was ist genau passiert?

Wie konnte das passieren?

Wer ist für das Problem verantwortlich?

Wann ist das Problem aufgetaucht?

Wo ist der Vorfall passiert?

Inwieweit ist das Produkt für den Kunden unsicher?

goldene Regeln der Krisenkommunikation

Kommunikation: Präsent,
Präzise, Pünktlich

Schnelle umfassende
Information-> Informationshoheit

Stille bedeutet Vakuum. Vakuum
bedeutet Spekulation: „wer
schweigt hat Unrecht“

Aktion schafft
Meinungsvorsprung statt
Rechtfertigungszwang

Nichts als die Wahrheit !

Abwägen zwischen Dringlichkeit
und Genauigkeit

Nicht nur Fakten kommunizieren
auch Emotionen zeigen

Verantwortung übernehmen,
nicht anderen die Schuld
zuschieben

Mit einer Stimme reden. Jeder
Mitarbeiter ist ggf Sprecher, aber
Kommunikation ist Chefsache

In China gibt es für

Krise und Chance

nur ein einziges Wort!

Wünsche Ihnen keine Krisen aber viele
Chancen!