



# **Krisenmanagementkonzept**

## **des Schweizerischen Militär-Sanitäts-Verbandes**

<b>Version:</b>	<b>X01.00</b>
<b>Autor:</b>	<b>S. Borer, VZP</b>
<b>Ausgabe vom:</b>	<b>11. Dezember 2014</b>
<b>Ausgabestelle:</b>	<b>ZV SMSV</b>
<b>Geprüft:</b>	<b>Zentralvorstandssitzung vom 11. Dezember 2014</b>
<b>Genehmigt:</b>	<b>Zentralvorstandssitzung vom 11. Dezember 2014</b>
<b>Verteiler:</b>	<b>Zentralvorstandsmitglieder, Sektionen, Alte Garde</b>

**Alle in diesem Konzept aufgeführten Funktionen wie „Chef“, „Sekretär“ können sowohl von Frauen wie von Männern ausgeübt werden.**

## 1 Definition:

### 1.1 Eine Krise ist ein Ereignis, das

- sich plötzlich ergibt oder aus einem ( möglicherweise vorhersehenden) eskalierenden Prozess entsteht, aufgrund externer oder interner Ursachen
- von öffentlichem Interesse ist, von den Medien thematisiert wird und unter Umständen eine wichtige emotionale Komponente ( Schuldfrage ) enthält
- in seiner Art einzigartig ist, eine eigene Dynamik entfaltet und mit normalen Abläufen nicht zu bewältigen ist.

### 1.2 Eine Krise in einer Sektion des SMSV ist in der Regel noch keine Krise des SMSV.

Sie kann zu einer Krise werden, wenn sie so erheblich ist und die Identifikation der betroffenen Sektion durch die Medien bzw. in der Öffentlichkeit stark beeinträchtigt wird.

### 1.3 Bedarf eines Konzeptes:

schwerer Unfall, Suizid, Todesfall, Vermisst Meldung, sexuelle vergehen, Misshandlung, Betrugs Delikte, Diebstahl, Ausfall von Anlagen, Anschuldigungen, Gerüchte, Amtsmissbrauch,

### 1.4 Ziele eines Krisenmanagements:

Schutz des Lebens und der Gesundheit, Schutz der Werte, Umwelt, Abdecken der Informationsbedürfnisse, Unterstützung der Ursachenabklärung, Kommunikation nach aussen nach einem Ereignis

Die Krisenkommunikation ist ein wichtiges Element beim Umgang mit ausserordentlichen Situationen. Das beste Mittel, um eine heikle Situation souverän zu bewältigen, besteht darin, sich auf die Kommunikation im Krisenfall vorzubereiten.

## 2 Sofortmassnahme

### 2.1 Direkt nach dem Ereignis

- Information: Ereignis
  - Zentralpräsident
  - Marketing
  - Vizepräsident

### 2.2 Antworten nach aussen/ innen

- Keine unbesprochenen Meldungen nach aussen
- Einhalten des Datenschutzes, keine Personennamen nach aussen
- Tel. Anfragen verweisen auf später, Rückruf ermöglichen

### 2.3 Zeitplan erstellen

- Einberufen des Krisenstabes
- Ein bis zwei Personen aus dem Ereignis
- Zentralpräsident, Marketing , Vizepräsident
- Konferenz / Sitzung
- Situationsanalyse erstellen
- Info nach aussen via Pressemitteilung

Für die Planung einer Krisenkommunikation gibt es keine Standartrezepte, denn jede Krise ist einzigartig. Es gibt daher keine Lösungen „ von der Stange „, sondern nur Prozesse, die der Situation angemessen sein können. Die Wahl der Strategie hängt von der Situation und den beteiligten Bezugsgruppen ab, sie ist Sache des Krisenmanagements.

### 3 Weiterführende Massnahmen:

- Wer braucht welche Unterstützung
- Wer wird informiert und wie ( SRK, VBS, Medien ) evtl. Hilfe von aussen,(PPD, Rechtsdienst VBS oder SRK, Polizei)
- Vorbereiten einer Pressekonferenz

### 4 Evaluation:

- Sind alle Massnahmen durchgeführt?
- Welche Konsequenzen lassen sich aus dem Ereignis ableiten?
- Welche Präventionen ergeben sich aus dem Ereignis

„ Krise kann ein produktiver Zustand sein.  
Man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen.“  
Max Frisch