

SIMON KOPP

«GLAUBWÜRDIGKEIT IST EIN GUT MIT ABLAUFDATUM»

Simon Kopp ist Medienprofi, Kommunikationstrainer und Referent am Symposium des Berufsverbands Hotel Administration Management. Im Interview erklärt er, wie man in einer Krise richtig kommuniziert.

HGZ: Simon Kopp, von Bettwanzen über Datenklau bis Taschendiebstahl – es gibt vieles, wofür ein Gastronomiebetrieb selbst nichts kann, das ihm aber trotzdem schadet. In der Regel möchte man solche Ereignisse für sich behalten. Wann und warum macht es Sinn, negative Infos dennoch aktiv zu kommunizieren?

SIMON KOPP: Aktive Information steht dafür, dass man ein Problem erkannt hat und es löst. Das erkennt der Kunde und nimmt es in den meisten Fällen positiv wahr. Schädlich sind Informationen, die man zurückhält oder versteckt. Werden diese publik, führt das zu einem enormen Vertrauensverlust, was natürlich der Reputation schadet. Gerade in der Gastronomie ist der gute Ruf das oberste Gut eines Betriebes.

Wie kann ein Betrieb seinen guten Ruf durch Kommunikation schützen?

Die Glaubwürdigkeit ist ein heikles und sensibles Gut mit Ablaufdatum. Als Unternehmer muss man sich immer wieder aktiv darum kümmern und seine Glaubwürdigkeit pflegen. Das heisst, dass man Gutes kommuniziert und auf mögliche negative Ereignisse vorbereitet ist, um dann professionell zu kommunizieren.

Worauf sollte man bei der Krisenkommunikation achten?

Wichtig ist, dass man schnell und transparent aufzeigt, wie man mit der Situation umgeht. Ehrlichkeit ist dabei ein entscheidender Punkt. Die Botschaften sollen klar und verständlich sein. Spekulationen sind fehl am Platz. Bei Auftritten im TV spielen auch das Outfit des Interviewten sowie der Standort, wo das Gespräch stattfindet, eine wichtige Rolle.

Ist Krisenkommunikation immer Chefsache?

Ja, in der Regel schon. Wichtig ist, dass man eine Kommunikationskaskade hat und sich gut überlegt, ob zu einer Thematik wirklich der Geschäftsleiter Auskunft geben soll oder ob dies allenfalls auch ein Kadermitarbeiter tun kann.

Restaurants und Hotels fürchten negative Kommentare besonders, wenn sie in Massen



Simon Kopp ist Dozent, Mitinhaber einer Kommunikationsagentur und zudem Informationsbeauftragter der Staatsanwaltschaft Luzern. ZVG

auf den digitalen Plattformen auftauchen. Wie geht man mit den so genannten Shitstorms am besten um?

Ein solcher Shitstorm kann für einen Gastronomiebetrieb tatsächlich tödlich sein. Es ist daher eine Grundsatzüberlegung, ob man sich als Restaurant auf den sozialen Medien überhaupt aktiv einbringen will. Auch im Falle eines Shitstorms gilt: Eine klare Kommunikation ist das A und O. Sie verhindert Spekulationen und Gerüchte und schafft Vertrauen.

«Ein Shitstorm kann für einen Gastronomiebetrieb tödlich sein.»

Krisen seien Chancen, heisst es immer wieder. Gilt das auch für die Kommunikation?

Ja, unbedingt. Eine gute, professionelle, ehrliche Krisenkommunikation schafft Vertrauen. Das ist definitiv eine Chance.

Wie verwandelt man ein negatives Ereignis in etwas Positives fürs Unternehmen?

Es geht nicht darum, negative Inhalte schönzureden. Wurden Daten gehackt oder sind Bettwanzen eingeschleppt worden, ist das so. Es geht viel mehr darum, dass man über die Kommunikation zeigt, dass man das Ereignis und die Betroffenen ernst nimmt. Dass man bereit ist, sich den Herausforderungen zu stellen und diese auch zu meistern vermag. Dazu gehört allenfalls auch, Fehler einzugestehen und offen dazu zu stehen, dass man nicht auf alle Fragen eine Antwort parat hat.

Was sind die wichtigsten Dos und Don'ts in der Krisenkommunikation?

Es gibt fünf Grundregeln:

1. Schnelligkeit vor Vollständigkeit,
2. ungeschminkte Fakten vor Spekulationen,
3. transparente Vorgehensweise,
4. keine Schuldzuweisungen,
5. richtiges Outfit und Setting.

Am Symposium des Berufsverbands Hotel Administration Management werden Sie als Referent zum Thema «Krisenkommunikation & Medientraining» auftreten. Was wird Ihre Kernbotschaft sein?

In meinem Vortrag geht es darum, dass Kommunikation in der Gastronomie entscheidend für Erfolg oder Misserfolg sein kann. Vor allem dann, wenn man im Fokus der Medien steht. Es ist für ihn hilfreich, wenn der Gastronom weiss, was ein Journalist von ihm will und wie dieser arbeitet. Ich werde am Symposium quasi ein Betty-Bossy-Rezept für die Medienarbeit abgeben. Leicht verständlich, praktisch und einfach nachzumachen.

INTERVIEW RICCARDA FREI

21. Symposium des bvham

Das Thema des diesjährigen Symposiums des bvham lautet «Cybercrime & Spionage». Fachleute beleuchten verschiedene Sicherheitsaspekte. Sie geben Tipps, um Krisen zu verhüten oder richtig damit umzugehen. Das Symposium findet am 1. Oktober im Hotel Continental Park in Luzern statt. Anmeldeschluss ist am 24. September.

PERSONALIA



Christian Schaufelbühl

General Manager

SV Hotel ernannt den neuen General Manager für das Renaissance Zurich Tower Hotel. Der langjährige Hoteldirektor Roland Ulmer verabschiedet sich auf eigenen Wunsch in den Vorruhestand. Christian Schaufelbühl übernimmt das Stadthotel nach vielen Jahren in Asien.



Philippe Amstutz

Gastgeber

Der Innerschweizer Philippe Amstutz ist neuer Gastgeber im Seeblick Höhenhotel Emmetten. Er arbeitete 13 Jahre für Aldiana im Nahen Osten und Afrika. Dabei spezialisierte er sich auf grosse Eröffnungen und Neupositionierungen von Resorts. Er folgt auf Willy Graf.



Urs Zurbriggen

CEO

Jean-Pierre Rey übergibt die Führung von My Leukerbad AG per 1. November 2019 an Urs Zurbriggen. Der 39-jährige Walliser und ehemalige CEO der Saastal Bergbahnen AG hat internationales Management studiert und verfügt über ein gutes Netzwerk zu Branche, Wirtschaft und Politik.



Silvana Tomasino

Direktorin

Die Sozialversicherung Hotela hat mit Silvana Tomasino eine neue Direktorin gewählt: Per Mitte September 2019 übernimmt sie Direktion, Verkauf und Marketing. Die studierte Politologin mit Executive MBA verfügt sowohl im Versicherungswesen als auch im Verkauf über langjährige Erfahrung.



Beat Wälti

Geschäftsleiter

Beat Wälti, der zuletzt bei Luzern Tourismus und den Pilatus-Bahnen tätig war, hat die Geschäftsleitung des Outdooranbieters Zermatters übernommen. Der Marketingleiter bringt über zwanzig Jahre Erfahrung in den Bereichen Marketing, Sales und Produktentwicklung mit.



Daniel Scardino

Geschäftsführer

Der Verwaltungsrat der Obwalden Tourismus AG hat an seiner Verwaltungsratssitzung die Wahl von Daniel Scardino zum neuen Geschäftsführer von Obwalden Tourismus bestätigt. Der erfahrene Tourismus-Experte tritt seine Stelle am 1. November 2019 an. Er löst Franziska Portmann ab.

Anmeldung und Informationen unter:
www.hotelgastrounion.ch/bvham
www.decherkopp.ch



Leserbrief

Schreiben Sie uns!
Wir freuen uns über Inputs, Lob, Ideen und natürlich auch Kritik.

briefe@hotellerie-gastronomie.ch oder an
Hotellerie Gastronomie Verlag, Postfach 3027, 6002 Luzern