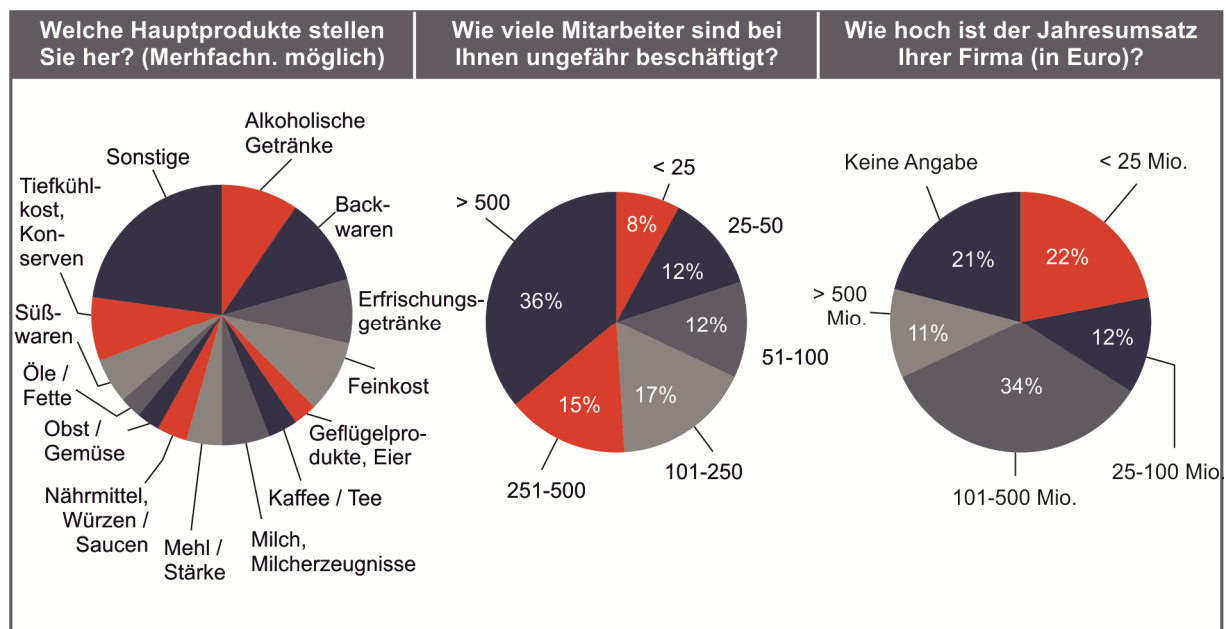


ERGEBNISBERICHT

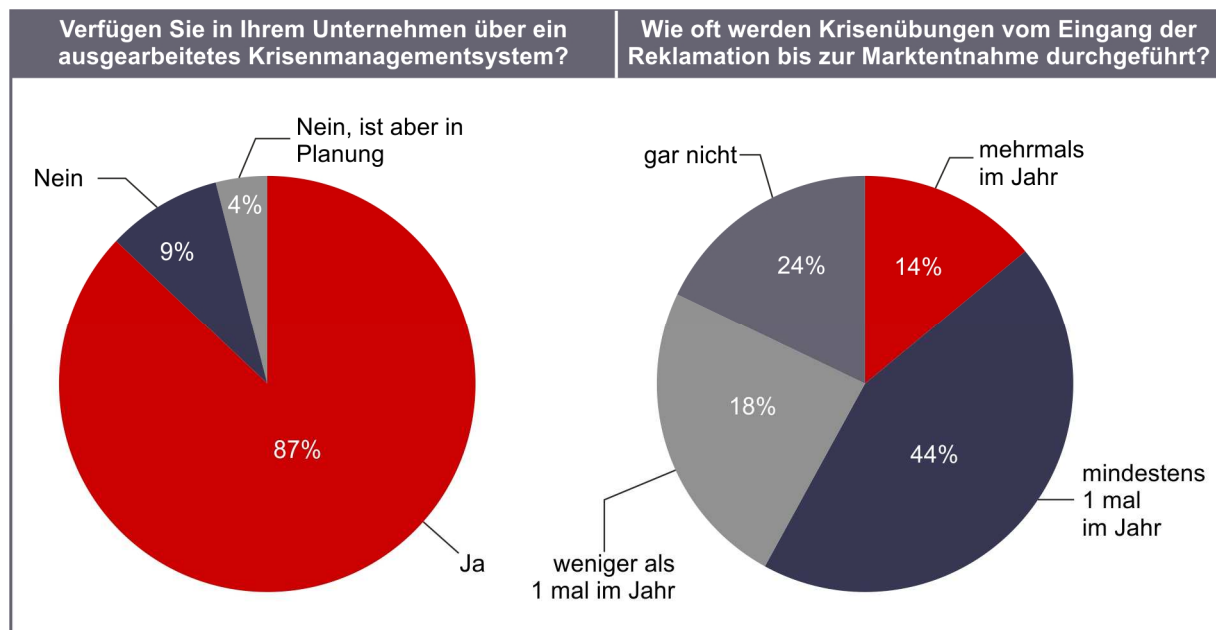
BVE/AFC-Online-Studie „Krisenmanagement & Krisenkommunikation 2013“

Von den 300 befragten Unternehmen verfügen 87 % über ein ausgearbeitetes Krisenmanagementsystem, 60 % geben an über ein Kommunikationskonzept für den Krisenfall zu verfügen. Bei genauerem Hinsehen sind die Unternehmen aber weit weniger auf einen souveränen und effizienten Umgang sowohl mit dem Ernstfall als auch mit der Öffentlichkeit vorbereitet. Wesentliche kommunikative Elemente sind eher unterrepräsentiert vorhanden wie auch die Auseinandersetzung mit Stakeholdern oder die Nutzung kommunikativer Frühwarnsysteme.

In einer Online-Umfrage haben die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie BVE und die AFC Risk & Crisis Consult Vertreter aus Unternehmen der Ernährungsindustrie über die Ausgestaltung ihrer Krisenmanagementsysteme, kommunikative Krisenfallbewältigung sowie über Maßnahmen zur Risikoabsicherung der Lieferkette befragt. Über 300 Teilnehmer haben den Online-Fragebogen ausgefüllt.



Für den größten Teil der Lebensmittelhersteller ist allerdings ein **ausgearbeitetes Krisenmanagementsystem** eine Selbstverständlichkeit. Es stellt sich nur die Frage, wie wirksam die Systeme sind und ob sie im Krisenfall den gewünschten Zweck erfüllen. 42 % der befragten Unternehmen führen weniger als einmal im Jahr oder überhaupt keine Krisenübung durch, so dass eine Überprüfung auf Effektivität und Effizienz des Systems kaum stattfindet.

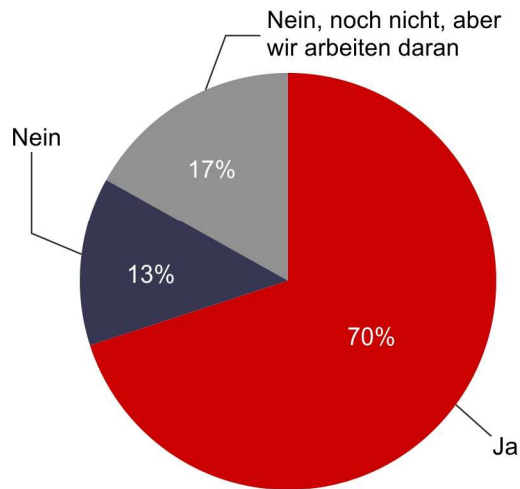


Einzelne Basis-Elemente, wie z. B. die aktuellen Kontaktdaten der Behörden haben 80 % der befragten Unternehmen vorliegen, gut drei Viertel verfügen über Ablaufpläne zum Vorgehen im Krisenfall sowie Adressdateien der Abnehmer und externer Dienstleister. Über ein Krisenhandbuch verfügen nur 70 % der Studienteilnehmer. Bei 32 % der Unternehmen ist die Aufgabenverteilung im Krisenstab nicht klar geregelt und bei 50 % fehlt es an einem Maßnahmenkatalog. Um im Krisenfall nicht unterzugehen, ist es angeraten sachlogisch und situativ angemessen vorzugehen, weiß Dr. Michael Lendle, Geschäftsführer der AFC. Um weitreichende Entscheidungen unter starkem Zeitdruck zumeist mit begrenzten Ressourcen treffen zu können, sind die Verantwortlichen auf unterstützende Elemente und geschulte Mitarbeiter angewiesen, damit ein drohender Imageschaden abgewendet werden kann.

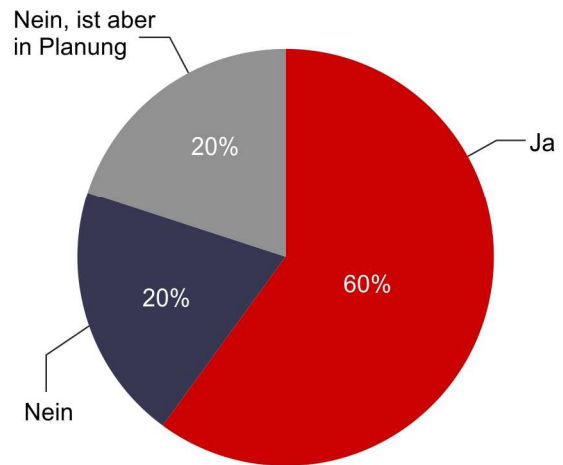


Im Bereich der **Krisenkommunikation** verfügen 60 % der Teilnehmer über ein Kommunikationskonzept als Bestandteil ihres Krisenmanagementsystems und 20 % planen dieses zu implementieren. Kommunikative Elemente, die ein solches Konzept ausmachen, sind aber nur bei weniger als 50 % der Befragten zu finden. Risiko- und Frühwarnsysteme haben nur 40 % der teilnehmenden Unternehmen eingerichtet, ebenso wenige führen Medien-Monitorings durch oder haben ein Stakeholdernetzwerk aufgebaut. Vorlagen von Pressemitteilungen (36 %), Darksites (25 %) oder FAQ-Kataloge (21 %) werden selten genutzt.

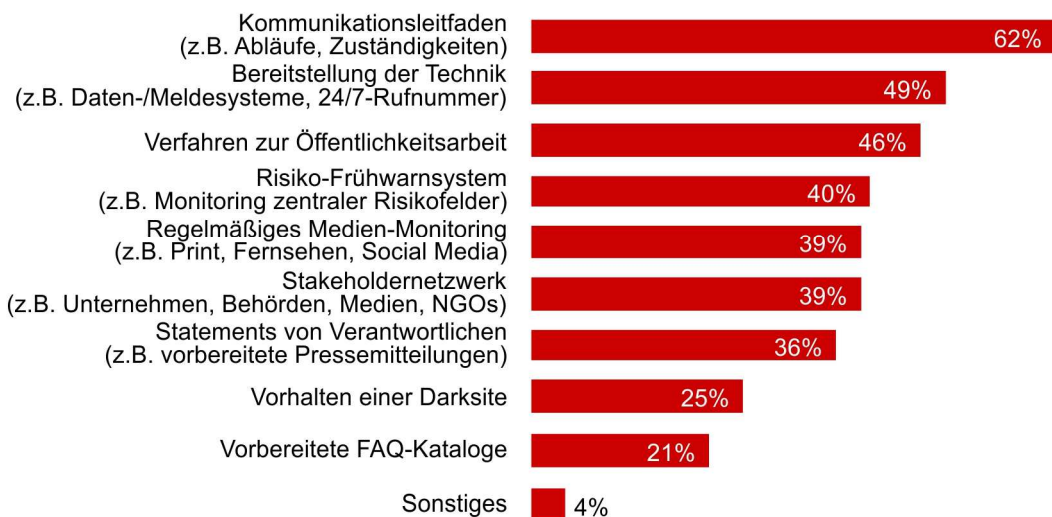
Sind Sie auf "unbequeme" Anfragen zu zentralen Risikothemen entlang Ihrer Lieferkette vorbereitet?



Verfügen Sie über ein Kommunikationskonzept als Bestandteil Ihres Krisenmanagementsystems?



Über welche kommunikativen Elemente verfügen Sie?
(Mehrfachantworten möglich)

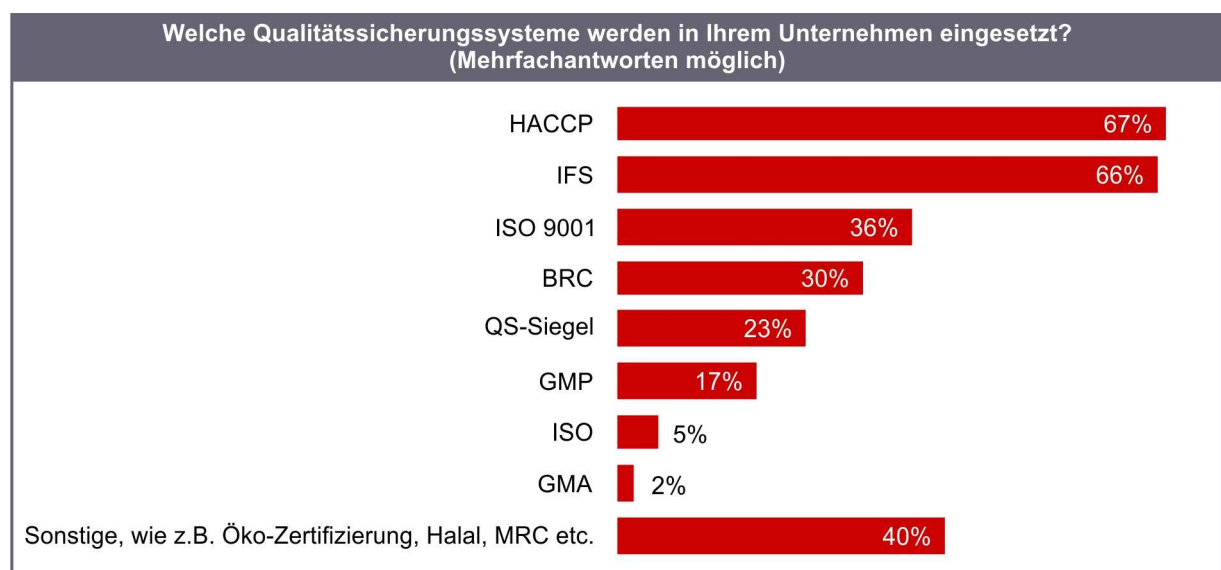


Wie sieht die Kommunikation in Ihrem Unternehmen konkret aus?
(Mehrfachantworten möglich)



Demnach verwundert, dass 70 % der Befragten angeben, auf unbequeme Anfragen zu zentralen Risikothemen entlang ihrer Lieferkette vorbereitet zu sein bzw. 17 % daran arbeiten. Auch wenn verschiedene Maßnahmen zur Risiko-Absicherung durchgeführt werden, bestehen auch hier gewaltige Lücken; so setzen beispielsweise 66 % der Unternehmen auf Risikoanalysen im Bereich der Beschaffung, aber nur 33 % beim Absatz und Transport. Ein Teil der Unternehmen will sich demnach mit Schwächen in der Risiko-Absicherung und ohne Kommunikationskonzept mit komplexen Fragestellungen auseinandergesetzt haben. Hinzu kommt, dass 41 % der Unternehmen kein einheitliches Auftreten nach außen leben, 44 % ihre Marken nicht konsequent führen und nur knapp die Hälfte ihre Werbeversprechen geprüft hat und sicher sein kann, dass diese eingehalten werden. Anfragenden Stakeholdern, insbesondere Medien und NGOs, bietet die Branche somit eine große Angriffsfläche.

Zur Risiko-Absicherung ihrer Lieferkette setzt der größte Teil der Unternehmen mit 71 % auf ein funktionsfähiges, effizientes und effektives Qualitätsmanagement. Im Gegensatz zu branchenbezogenen Lösungen (23 %) ist für 60 % die regelmäßige Durchführung von Audits vor Ort das Mittel der Wahl, gefolgt von der Auswertung interner und externer Daten sowie der Überprüfung von Lieferanten per Fragebogen oder Belegen. Risikoanalysen im Bereich Beschaffung und Absatz führen 66 % durch, nur noch 33 % bei Absatz, Transport und Logistik.



Fazit

Aus den Studienergebnissen lässt sich ableiten, dass dem Erfordernis eines Öffentlichkeitsmanagements zwar teilweise Rechnung getragen wird, jedoch insgesamt noch ein erheblicher Nachholbedarf besteht, fasst Peter Feller, Geschäftsführer der BVE, zusammen. Es zeichnet sich ab, dass die Unternehmen zumeist über generelle Konzepte verfügen, diese aber nicht ausreichend untermauert haben, um in einer Krise umgehend und adäquat zu agieren bzw. zu reagieren und damit Schäden zu vermeiden bzw. so gering wie möglich zu halten.

Über die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)

Als Dachverband koordiniert die BVE die Interessen der Mitglieder (19 Fachverbände und 51 Unternehmen) zu einer branchenübergreifenden Position der Ernährungsindustrie und bringt diese in die politische Meinungsbildung ein. Zentrale Aufgabe ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie zu sichern und zu verbessern. Fairer Leistungswettbewerb, weniger Bürokratie, weniger Regulierung, mehr Freiraum für Unternehmen und Eigenverantwortung der Bürger – mit dieser Grundhaltung arbeitet und wirbt die BVE in der politischen Diskussion für ihre Anliegen. Zur Erreichung dieser Ziele steht sie in engem Dialog mit ihren Mitgliedern, mit den Marktpartnern und den Partnern in der Lebensmittelkette, mit Politik und Verwaltung in Berlin und Brüssel und den Medien.

Über die AFC Risk & Crisis Consult

Als führende Spezialberatung unterstützen wir seit über 10 Jahren die Ernährungswirtschaft beim Aufbau und der Optimierung von Risiko- und Krisenmanagementsystemen entlang der Supply Chain. Im Rahmen dieses Leistungsspektrums passen wir uns jederzeit an die aktuellen Herausforderungen an und bieten Ihnen ferner die Expertise für den Umgang mit der Öffentlichkeit oder die Erfüllung von Nachhaltigkeitskriterien. Unsere Leistungen für Risikoprävention und Krisenmanagement haben sich bereits in zahlreichen Projekten mit renommierten Hersteller- und Handelsunternehmen sowie Fachverbänden und Behörden bewährt. In zahlreichen Kooperationen mit Verbänden und Versicherungen stellen wir eine Rund-um-die-Uhr-Betreuung unserer Kunden im Krisenfall sicher.

Kontakt

Bundesvereinigung der Deutschen
Ernährungsindustrie e. V. (BVE)

Peter Feller

Tel.: 030 / 200786-160

Fax: 030 / 200786-261

pfeller@bve-online.de

www.bve-online.de

AFC Risk & Crisis Consult GmbH

Dr. Michael Lendle

Sybille Zorn

Tel.: 0228 / 98 579-12

Fax: 0228 / 98 579-79

sybille.zorn@afc.net

www.afc-rcc.de