



RISK DOCTOR BRIEFING

RISIKOKOMMUNIKATION: BEACHTEN UND TUN

© November 2016, Dr David Hillson FIRM, HonFAPM, PMI Fellow

david@risk-doctor.com



Kommunikation ist nicht immer einfach – und schon gar nicht, wenn es sich um Risiken handelt. Alle wüssten immer gerne, welche Risiken am wichtigsten sind und was getan werden könnte, um diesen Unsicherheiten effektiv zu begegnen. Risikokommunikation muss daher zwei Richtungen verfolgen:

1. **Beachten:** Erzähl' Deinem Umfeld Dinge, die sie vorher nicht wussten.
2. **Tun:** Ermutige Dein Umfeld Dinge zu tun, die sie vorher noch nicht getan haben.

Risikokommunikation ist wirklich – wirklich! – wichtig und sollte keinesfalls dem Zufall überlassen werden. Ein einfacher Ansatz hilft, um allen Beteiligten die richtigen Informationen zukommen zu lassen, so dass sie **aufmerksam** werden und **ins Handeln kommen**. Hier sind die drei Schritte:

1. *Analyse – Wer braucht was?* Beantworten Sie die folgenden Fragen für jeden Beteiligten, egal ob Person oder Gruppe:

- Welche Risikoinformationen werden gebraucht?
- Für was werden diese Informationen gebraucht und wie sollen sie verwendet werden?
- Welcher Detaillierungsgrad wird benötigt?
- Wann werden die Risikoinformationen benötigt?
- Wie oft werden Updates benötigt?

2. *Design – Kommunikation in welcher Form?* Denken Sie an folgende Faktoren:

- *Inhalt.* Stellen Sie den Inhalt so zusammen, dass die Anforderungen des ersten Schrittes berücksichtigt sind. Unterschiedliche Ebenen verlangen unterschiedliche Detaillierungsgrade. Es wäre geschickt, diese Ebenen (wenn möglich) hierarchisch anzuordnen, damit man nicht verschiedene Versionen produzieren muss. Gesamtübersichten sollten sich beispielsweise aus tieferen Detaillierungsebenen erstellen lassen.
- *Darstellungsmethode.* Da stehen verschiedene Typen zur Verfügung, so dass für jeden das richtige dabei ist. Das heißt: Schriftliche und ausgedruckte Berichte. Oder in elektronischer Form (E-Mail, Intranet, Webseite, Datenbanken). Oder als mündliche Berichte (Briefings, Präsentationen, Meetings). Oder in grafischer bzw. tabellarischer Darstellung (Tabellen, Bilder, Poster) und natürlich viele andere mehr.
- *Verantwortlichkeiten.* Wer ist verantwortlich für jeden dieser Outputs? Für Produktion? Wer gibt frei? Eine Verantwortlichkeitsmatrix wäre hier bestimmt eine gute Idee...

3. *Auslieferung – Funktioniert sie auch?* Der gewählte Ansatz sollte am Besten in einem Risikomanagement- oder Kommunikationsplan dokumentiert sein. Dann fällt es leichter, die angedachte Umsetzungsstrategie auch wirklich durchzuführen. Nach ein bis zwei Zyklen sollte ein kritischer Blick auf den Prozess geworfen und mit den Empfängern diskutiert werden, ob deren Erwartungen auch tatsächlich getroffen wurden. Übrigens: Überprüfungen des Kommunikationsansatzes an sich sollten auch geplant werden. Die Bedürfnisse der Beteiligten ändern sich im Laufe der Zeit nämlich mit Sicherheit...

Vorrangig brauchen wir Risikokommunikation um die Aufmerksamkeit derjenigen zu erlangen, die über die Risiken Bescheid wissen müssen. Das ist aber nur die halbe Wahrheit – viele Risiken erfordern zusätzlich auch noch Handeln. Handeln, um sicher zu sein, dass die Risiken auch wirklich gemanagt werden. Bei all den Überlegungen hinsichtlich Risikokommunikation muss es unser erstes Ziel sein, **Aufmerksamkeit und Beachtung** auf die wichtigsten Risiken zu richten und zum Zwecke eines guten Managements **entsprechendes Handeln zu fördern**.