



# Krisenkommunikation im Ehrenamt meistern

Donnerstag, 16.04.2026  
17:00 bis 18:30 Uhr  
Online via Zoom

Tobias Pöschl  
Kommunikationsberater



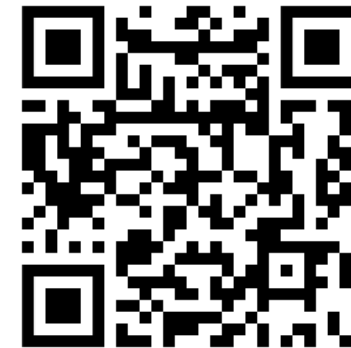
**Landesservicestelle**  
für bürgerschaftliches Engagement  
Nordrhein-Westfalen

# Wir stärken das Ehrenamt in Nordrhein-Westfalen!

**Landesservicestelle**  
**für bürgerschaftliches Engagement**  
Ein Angebot für Engagierte, Initiativen  
Vereine und Co.

# Landesservicestelle für bürgerschaftliches Engagement Nordrhein-Westfalen

- Zentrale Anlaufstelle des Landes für Engagierte und zivilgesellschaftliche Organisationen
- Angebote:
  - Engagement-Portal [engagiert-in-nrw.de](https://engagiert-in-nrw.de)
  - [Boxenstopp fürs Ehrenamt: Wissen, Tipps und Austausch für Engagierte](#)
  - Servicehotline und E-Mail-Beratung
  - [Engagement-Newsletter](#)
  - Facebook: [@engagiertinnrw](#)
  - Instagram: [@engagiert\\_in\\_nrw](#)



Landes-  
servicestelle

Engagement-  
Newsletter





# Engagement voranbringen

Online-Workshops zur Stärkung von Engagierten, Initiativen,  
Vereinen und Co.

# Referent



## Tobias Pöschl

Kommunikationsberater,  
Lehrbeauftragter, Dozent

# Agenda

- Begrüßung
- **Teil I**
  - Was ist eine Krise und was bedeutet sie in unserem Kontext?
  - Moderierte Fragerunde
- **Teil II**
  - Was können Vereine machen, um sich auf eine Krise vorzubereiten?
  - Moderierte Fragerunde
- **Teil III**
  - Fallbeispiele
  - Take-Home Messages
  - Diskussions- und Fragerunde
- Feedback und Abschied

# Zwei Fragen zum Start

- „In welchem Bereich engagierst du dich?“
- „Welche Krise hast du im Verein schon erlebt?“



# In welchem Bereich engagierst du dich?





**Krisenkommunikation ist ein wichtiger Bestandteil des Krisenmanagements.  
Krisenkommunikation braucht klare Strukturen und vorbereitete Strategien.**

**Es gibt keine  
Universal-Lösung  
für Krisen – aber  
Vorbereitung zahlt  
sich immer aus.**

# Grundlagen Krisenmanagement

# Welche Gefahr droht Vereinen durch Krisen?

## Krisen können den Fortbestand des gesamten Vereins gefährden

- Austritte von Mitgliedern
- Keine oder weniger neue Mitglieder
- Verlust von Sponsoren
- Reputations- und Imageschäden
- Zusammenarbeit mit der lokalen Presse wird langfristig beeinträchtigt

# Mögliche Ursachen von Krisen für Vereine

- **Naturereignisse:** Extreme Wetterlagen (u. a. Stürme, Starkniederschläge, Hochwasser, Hitzewellen), Waldbrände, Erdbeben, Pandemien/Epidemien
- **Technische Ursachen:** Ausfälle in der Infrastruktur, Bau- und Materialfehler
- **Menschliche Ursachen:** Rücktritte, finanzielle Schwierigkeiten, Datendiebstahl, Unfälle, Korruption/Veruntreuung, Straftaten, Todesfälle, Kommunikationsfehler, unbedachte Aussagen/Kommentare

# Keine Krise

- Einzelne negative Kommentare in den sozialen Medien
- Abstieg in eine niedrigere Spielklasse
- Vandalismus am Vereinsheim
- Vereinsgaststätte geht pleite

**=> Themen für die Kommunikation,  
aber in der Regel kein Krisenmodus nötig**

# Krisen-Szenarien für Vereine I

- Sportanlagen werden durch Unwetter komplett zerstört
- Anlagen/Gebäude stürzen ein oder brennen ab
- Unfälle auf dem Vereinsgelände oder im Kontext des Vereins
- Pandemie beeinträchtigen oder verhindern den Sportbetrieb
- Erpressungen/Drohungen/Straftaten gegen den Verein oder Vereinsvertreter

# Krisen-Szenarien für Vereine II

- Diebstahl von persönlichen Mitgliederdaten
- Negative Medien-Berichterstattung über den Verein
  - Rassismus-/Sexismus-Vorwürfe
  - Straftaten von Vereinsvertretern im Zusammenhang mit dem Verein
  - Unterwanderung des Vereins durch rechte Gruppen

**=> Themen für Krisenkommunikation,  
Krisenmodus empfohlen**

# Was macht eine Krise aus?

- Außergewöhnliche und oft komplexe Situation
- Ungeplant, ungewollt und (oft) überraschend
- Sehr dynamisch, verläuft ohne festes Schema
- Kaum zu steuern

**=> Hoher Kommunikationsbedarf intern und extern**

# Wo Informationen fehlen, entstehen Gerüchte.

Alberto Moravia

# Auswirkungen der Krisendynamik

- Hoher Druck für die Verantwortlichen, Fehler und Missverständnisse möglich
- Widersprüche, Schuldzuweisungen und Diskussionen in den (sozialen) Medien können eine Krise größer machen

**=> Nicht vorbereitete oder fehlerhafte Krisenkommunikation kann die Krise weiter eskalieren lassen**

**Im Regelfall löst ein Ereignis selbst die Krise aus, aber auch die Art und Weise, wie ein Ereignis bewältigt wird, kann zu einer zusätzlichen Eskalation führen und so eine Krise verstärken.**

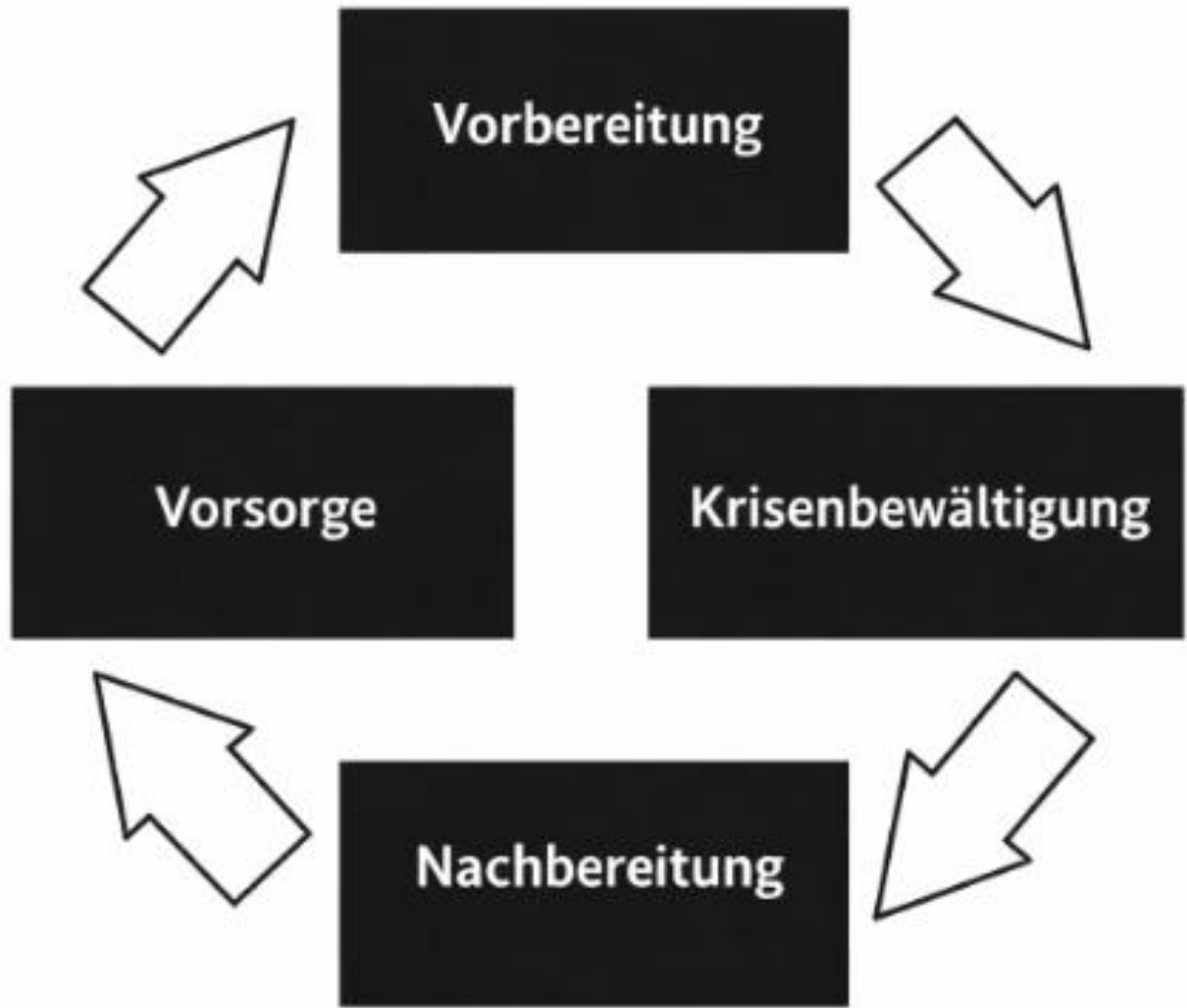
# Was ergibt sich daraus?

- Vereine mit (erprobten) Krisenkommunikationsstrategien können Krisen besser bewältigen
- Krisenmanagement und Krisenkommunikation müssen aufeinander abgestimmt sein und zentral koordiniert werden
- Social-Media-Kanäle sind innerhalb der Krisenkommunikation gleichwertig zu anderen Kommunikationskanälen

# Anspruchsgruppen Krisenkommunikation

- Mitglieder
- Mitarbeiter
- Behörden
- Presse
- Öffentlichkeit
- Lieferanten/Geschäftspartner/Sponsoren

# Wie kann sich mein Verein vorbereiten?



# Kreislauf Krisen- kommunikation

# Vorbereitung: Vorausschauende Risikoanalyse

- Jede Krise ist einzigartig – und jeder Verein ist einzigartig
- Eine vorausschauende Risikoanalyse ist die Grundlage
- Der Aufbau **von Prozessen und Strukturen zur Krisenbewältigung und Krisenkommunikation** ist eine unerlässliche Voraussetzung, um die anfängliche Chaosphase zu Beginn einer Krise möglichst kurz zu halten
- Es kann nicht alles geplant werden, manchmal ist auch Improvisation gefragt

# Wie hoch ist die Eintrittswahrscheinlichkeit und wie hoch ist der Schaden?

# Vorbereitung für den Verein

- Risikoanalyse durch Vereins-/Kommunikations-Leitung im Normalzustand
  - Was sind die wahrscheinlichsten Szenarien für eine Krise?
  - Wer ist in den Szenarien betroffen?
  - Welche Krisen gab es in der Vergangenheit schon?
- Krisenstab bestimmen
- Krisenhandbuch erarbeiten

# Vorbereitung: Grundlagen Krisenstab

- Krisenstab: kleines, vorab festgelegtes Team, das seine Arbeit beginnt, sobald sich eine Krise abzeichnet/plötzlich eintritt
- Mitglieder Krisenstab
  - Vereinsleitung/Vorstand
  - Leiter Kommunikation
  - Betroffene Sparten-/Bereichsleiter
  - Experten (z. B. Datenschutzbeauftragte, Jugendschutzbeauftragter)
  - Unterstützer für Dokumentation/Kommunikation

# Was macht der Krisenstab?

- Verschafft sich einen Überblick über die Lage und trifft Entscheidungen
- Beobachtet kontinuierlich die Entwicklung der Krise
- Abstimmung mit externen Stellen
- Koordiniert alle Beteiligten im Verein
- Ist für die gesamte Krisenkommunikation zuständig
  - interne Kommunikation
  - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
  - Social Media
  - Medien-Monitoring

# Krisenstab: Was muss ich beachten?

- Leitung, Mitglieder und Vertreter sind vorab bestimmt, alle Kontaktdaten liegen allen Mitgliedern vor
- Aufgaben und Abstimmungsprozesse im Krisenstab sind im Krisenhandbuch dokumentiert
- Alarmierungs- und Meldewege sind geplant und erprobt
- Vertretungen sind definiert
- Es gibt einen (digitalen) Krisenraum
- Dokumentation der gesamten Krisenbewältigung ist sichergestellt

# Vorbereitung: Krisenhandbuch

- Das Krisenhandbuch ist ein Dokument, das vom Verein erstellt wird – **vor einer Krise**
- In einem Krisenhandbuch sind die **Abläufe, Strukturen, Zuständigkeiten, Rahmenbedingungen, aktuelle Kontaktlisten und Vorlagen für den Krisenfall** komprimiert zusammengefasst
- Das Krisenhandbuch muss jederzeit verfügbar sein – auch an einem Sonntagnachmittag oder mitten in den Sommerferien

# Was gehört in ein Krisenhandbuch?

- Liste mit Kontaktdaten der **wichtigsten internen Funktionsträger** im Verein (z. B. Vorstandsmitglieder, leitende Angestellte, Trainer/Übungsleiter, Pressesprecher, Webmaster, Social-Media-Beauftragte, Datenschutzbeauftragte und alle übrigen Funktionsträger)
- Liste mit Kontaktdaten der **wichtigsten externen Unterstützer** des Vereins (z. B. Rechtsanwälte, Steuerberater, Ansprechpartner bei Sponsoren)
- Liste von **Notfall-Kontakten** (z. B. Hausmeister, Behörden, Stadtwerke, Handwerker, Fahrdienstleitungen)
- **Zugangsdaten** zur Vereins-Webseite und den Social-Media-Accounts des Vereins
- **E-Mail-Verteiler** für die Mitglieder, inklusive der Erziehungsberechtigten von minderjährigen Mitgliedern
- **Presseverteiler** für die lokalen Medien
- **Übersichten** über Abläufe und Verantwortungsbereiche im Verein: Wer ist für welche Bereiche, Maßnahmen und Entscheidungen im Verein zuständig?

# Hinweise zum Krisenhandbuch

- Was genau in das Krisenhandbuch reingehört, variiert je nach Verein – aber jeder Verein kann sich an den genannten Beispielen orientieren
- **Nicht vergessen:** Das Krisenhandbuch muss regelmäßig aktualisiert werden

# Kommunikation in der Krise

# Krisenbewältigung

- **Akute Krisensituation:** Krisenplan läuft an, Krisenstab kommt zusammen, Aktionen/Kommunikation wird gestartet
  - Erste Kommunikation: Behörden (z. B. Polizei) informieren, falls erforderlich
  - Zweite Kommunikation an die Mitglieder zur (vermutlichen) Lage
  - Dritte Kommunikation: Pressemitteilung, Social Media
- **Kontinuierliche interne Kommunikation** während der gesamten Krise, um Gerüchte zu vermeiden und die Kommunikation zu steuern (Stichwort Corona)

**Die Grundlagen und organisatorischen Rahmenbedingungen für die Krisenkommunikation müssen vor einer Krise geschaffen (und geprobt) werden.**

# Warum Krisenkommunikation?

- Unterstützung des Krisenmanagements und der Krisenbewältigung
- Akut drohende Schäden vermeiden bzw. bereits entstandene Schäden schnellstmöglich eingrenzen
- Gesamtsituation wieder in den Normalzustand zurückführen

# Konkrete Ziele von Krisenkommunikation

- Imageschäden für eine Organisation vermeiden/verringern
- Glaubwürdigkeit der Organisation/von Vertretern der Organisation stützen/wiederherstellen → Verantwortung übernehmen
- Kontinuierlichen Informationsfluss an alle Anspruchsgruppen gewährleisten → Präsenz zeigen
- Deutungshoheit/Mitspracherecht der Organisation gewährleisten/wiederherstellen
- Abgestimmte Kommunikationslinie gewährleisten

# Grundsätze der Krisenkommunikation

## Offenheit, Transparenz und Dialogorientierung

- Grundlagen für Entscheidungen und Risikobewertungen werden kommuniziert
- Schnelle und kontinuierliche Kommunikation
- Fragen werden (zeitnah) beantwortet
- Neue Erkenntnisse werden aktiv geteilt → keine Salami-Taktik
- Zusammenarbeit mit den Behörden
- Öffentlichkeit wird als legitime Anspruchsgruppe betrachtet

# How to Kommunikation in der Krise

# Intern vor extern

- Vereinsmitglieder sind die wichtigste Anspruchsgruppe
- Intern vor extern – immer und jederzeit
- Während einer Krise ist der Informations- und Dialogbedarf höher als sonst
- Die Vereinsleitung muss präsent und ansprechbar sein und mit einer Stimme sprechen
- Mitglieder müssen schnell und umfassend informiert werden, ansonsten entstehen Gerüchte
- Mitglieder sind auch Multiplikatoren, da sie im privaten Bereich für Außenstehende verlässliche Informationslieferanten sind

# Wer und Wie?

- Der Vereinsvorstand darf nicht auf Tauchstation gehen
- Die interne Kommunikation sollte immer klar, empathisch und in sich konsistent sein
- Erste Ansprechpartner für die Mitglieder in der Praxis: Übungsleitende
  - Krisenstab muss Übungsleitende während einer Krise regelmäßig informieren, damit sie zum aktuellen Stand „sprechfähig“ sind

# Keep it short and simple (KISS)

- Kurze Botschaften
- Kurze Absätze
- Kurze Sätze
- Einfache Sprache, kein „Fachchinesisch“

**Gilt für alle Kanäle und Botschaften**

# Empathische Tonalität

- **Verständnis und Anteilnahme:** „Wir sind betroffen von dem Ausmaß/schockiert von den Bildern.“
- **Bemühen um Aufklärung/Transparenz:** „Wir arbeiten eng mit den zuständigen Behörden zusammen und bemühen uns intern um Aufklärung“
- **Unterstützung signalisieren:** „Wir sind mit den Betroffenen/Angehörigen/Beteiligten in Kontakt und unterstützen, wo wir können“
- **Bescheidenheit** statt „Wir haben alles im Griff“

# Social Media in der Krise

# Welche Rolle spielen Social Media in Krisen?

Krisen können

- **durch Social Media verstärkt werden:** Größeres Verbreitungsgebiet und mehr erreichte Personen
- **durch Social Media verlängert werden:** Krise ist in den Offline-Medien bereits abgeklungen, aber auf Social Media noch präsent
- **auf Social Media entstehen:** Aktivistenbewegungen oder nutzergenerierte Inhalte/Vorwürfe etc.

# Krisen und Social Media: Was ist anders?

- Hohe Skandalisierungsbereitschaft und schnelle Verbreitung (Stunden, nicht Tage)
- Keine zentralen Ansprechpartner, keinen professionellen Gatekeeper
- Soziale Medien sind für alle nutzbar und lassen sich als „Empörungsmaschinen“ nutzen
- Überwiegend Amateur-Quellen, persönliche Einzelmeinungen überwiegen, Gerüchte werden ungeprüft übernommen
- Juristische Interventionsstrategien bewirken wenig, oft wird die Krise dadurch ausgelöst und/oder verschlimmert (Streisand-Effekt)

# Kritik und Shitstorms

- Reagiert schnell und ggf. ausnahmsweise auf „Siezen“ umsteigen
- Bleibt professionell und werdet nicht ausfallend/respektlos
- Bietet einen Austausch über PN an
- Vor dem Posten: Rücksprache mit dem Krisenstab halten und nicht überstürzt Gegendarstellungen, Entschuldigungen oder Gegenangriffe veröffentlichen
- Hass-Kommentare löschen, berechtigte Kritik bleibt online

# Fallbeispiele aus der Praxis

# Corona und interne Krisenkommunikation

- Viele Vereine waren schlecht vorbereitet
- Es gab keine passenden Strukturen und oft Digitalisierungs-Defizite
- Vereine konnten die komplexe Lage nicht übersetzen

**=> Schlechte Kommunikation: Mitglieder sind ausgetreten, Ehrenamtler haben sich zurückgezogen, ÜL sind gegangen**

# FB 1: Gerüchte statt Klarheit

## Ausgangssituation

- Es kursiert das Gerücht, der Verein sei finanziell in Schwierigkeiten
- Mitglieder sprechen Trainer darauf an, Trainer wissen von nichts
- Gerüchte werden verstärkt, lokale Presse meldet sich beim Vorstand

## Was ist passiert?

- Ursprung des Gerüchts unklar
- Vorstand hat erst spät von den Gerüchten erfahren
- Vorstand ist nicht aktiv in die Kommunikation eingestiegen, erst nach Presseanfrage

# FB 1: Gerüchte statt Klarheit

## Was hätte besser laufen müssen?

- Vorstand war nicht nah genug am Vereinsgeschehen
- Keine etablierten Feedback-Schleifen zwischen Trainer und Vorstand
- Keine etablierten Kommunikationskanäle für Ad-hoc-Kommunikation oder regelmäßige Updates

# FB 2: Unfall mit Folgen

## Ausgangssituation

- Ein Fahrzeug der Jugendmannschaft verunglückt auf dem Rückweg von einem Turnier – nur Blechschaden
- WhatsApp-Chats explodieren mit Gerüchten
- Vorstand bleibt still

## Was ist passiert?

- Einige Eltern hatten sich beim Vorstand gemeldet, nachdem klar war, was passiert ist – Vorstand ist nicht aktiv in die Kommunikation eingestiegen

# FB 2: Unfall mit Folgen

## Was hätte besser laufen müssen?

- Krisenplan für ähnliche Vorfälle in der Schublade
- Kurzes Statement des Vorstands zum Unfall über etablierte Kommunikationskanäle (z. B. Sonder-Newsletter, WhatsApp-Kanal – kein Thema für IK über Social Media)

# FB 3: Hallenbrand

## Ausgangssituation

- Dach der Turnhalle des Vereins soll „brennen“
- WhatsApp-Chats explodieren mit Gerüchten
- Vorstand bleibt still

## Was ist passiert?

- Turnhallen-Dach brennt tatsächlich, Feuerwehr hat über Notfall-Kontakte den Hausmeister informiert
- Hausmeister meldet sich am nächsten Tag beim Vorstand
- Vorstand ist nicht aktiv in die Kommunikation eingestiegen

# FB 3: Hallenbrand

## Was hätte besser laufen müssen?

- Krisenplan für ähnliche Vorfälle in der Schublade
- Kurzes Statement des Vorstands zum Brand über etablierte Kommunikationskanäle (z. B. Sonder-Newsletter, WhatsApp-Kanal – kein Thema für IK über Social Media)
  - Status quo
  - Regelmäßige Informationen rund um die Halle und die Auswirkungen auf den Verein

# FB 4: Umzug oder nicht?

## Ausgangssituation

- Pachtvertrag für Grundstück des Rudervereins läuft in 5 Jahren aus
- Vertragspartner: Stadt, Berichte in der lokalen Presse über neue Bauprojekte auf dem Grundstück
- WhatsApp-Chats explodieren mit Gerüchten

## Was ist passiert?

- Vorstand schickt zeitnah erstes Statement per Sonder-Newsletter an die Mitglieder
- Außerordentliche Vereinsversammlung angekündigt und zeitnah organisiert
- Regelmäßige Updates über Vereins-Kanäle und Veranstaltungen

# FB 4: Umzug oder nicht?

Was hätte besser laufen müssen?

# Was muss ich noch beachten?

# Was muss ich in Krisenzeiten noch beachten?

- Geplante „normale“ Kommunikation (z. B. Pressemitteilungen, Newsletter, Vereinszeitschriften und Postings) überprüfen und ggf. stoppen
- Geplante Events überprüfen und ggf. stoppen
- Keine neuen Kommunikationskanäle starten
- Mitgliedsbeiträge während der Krise nicht erhöhen

# Nachbearbeitung

# Nach der Krise ist vor der Krise

- **Leitfrage: Was können wir als Verein aus einer vorangegangenen Krise lernen?**
- Nachbereitung ist ein wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen Krisenbewältigung
- Das Ziel der Nachbereitung ist es, Defizite zu erkennen und bei Bedarf Strukturen und Prozesse zu optimieren:
  - Auswertung der Dokumentation
  - Was ist gut gelaufen? Was ist schlecht gelaufen?
  - Welche Prozesse müssen (im Krisenhandbuch) angepasst werden?
  - Waren die richtigen Personen im Krisenstab?
  - Reminder mit Zeitpuffer für Jahrestage setzen

# Abschluss

# Was ist wirklich wichtig?

- Vorbereitung zahlt sich aus (Risikoanalyse, Krisenstab und Krisenhandbuch)
- Empathische und kontinuierliche Kommunikation von Anfang an
- Interne Kommunikation darf nicht unter den Tisch fallen
- Social Media nicht unterschätzen
- Mögliche Jahrestage nach X nicht vergessen
- Zusagen/Versprechen einhalten



Notiz ...

## vereinskommunikation

Vereinskommunikation

286 Beiträge 4.460 Follower 2.101 Gefolgt

Persönlicher Blog

- Pressearbeit, Social Media, Krisenkommunikation
- Seminare und Beratung für Vereine & Verbände
- Seit 20 Jahren Kommunikation als Job
- Ehrenamt

[linktr.ee/vereinskommunikation](https://linktr.ee/vereinskommunikation) @ vereinskommunikation

Profil bearbeiten Zum Archiv

ADAC ADAC Krisen-Comms Podcast 8 Tipps Tipps

# Kontakt



@vereinskommunikation | Vereinskommunikation

<https://www.instagram.com/vereinskommunikation>

Meldet Euch jederzeit bei Fragen – und natürlich auch, falls Ihr Interesse an individuellen Workshops oder Feedback für euren Verein oder Verband habt.

Ehrenamt ist keine  
Arbeit, die nicht  
bezahlt wird.  
Es ist Arbeit, die  
unbezahlbar ist.

# Nächste Veranstaltungen



## Zeitmanagement im Ehrenamt: Mit System, Freude und weniger Stress

Montag, 20.04.2026, 17:00–18:30 Uhr



## Umweltschecks „Naturschutz“ NRW

Dienstag, 28.04.2026, 17:00–18:15 Uhr



## Landesinitiative Europa-Schecks: Starkes Europa in NRW

Dienstag, 05.05.2026, 17:00–18:15 Uhr



## Rücklagen und Vermögensbildung im gemeinnützigen Verein

Mittwoch, 06.05.2026, 12:15–12:50 Uhr



## Digitalisierung: Was bedeutet das eigentlich für Vereine?

Mittwoch, 06.05.2026, 17:00–18:30 Uhr



## Muss es der Verein sein? Mögliche Rechtsformen im Engagement

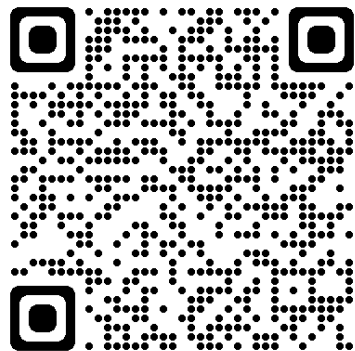
Mittwoch, 20.05.2026, 12:15–12:50 Uhr

# Soziale Medien

Wir sind auch in den sozialen Medien zu finden:

**Facebook:**

[@engagiertinnrw](https://www.facebook.com/engagiertinnrw)



**Instagram:**

[@engagiert\\_in\\_nrw](https://www.instagram.com/engagiert_in_nrw)

