

9. Oktober 2018

Studie der TU Ilmenau: Deutsche Hochschulen häufig von Krisen betroffen

Nach einer Studie der Technischen Universität Ilmenau sind deutsche Hochschulen häufig von Krisen betroffen, aber wenig auf Krisenkommunikation vorbereitet, also darauf, wie sie im Krisenfall kommunikativ reagieren sollen. Nach der Online-Befragung des Fachgebiets Public Relations und Technikkommunikation der TU Ilmenau gaben die Universitäten und Fachhochschulen mehrheitlich an, schon mindestens eine ernsthafte Krise an ihrer Hochschule erlebt zu haben. Vorbereitung auf Kommunikation im Ernstfall spielt an den meisten Hochschulen aber noch eine untergeordnete Rolle.

Plagiatskandale, Refinanzierungskrisen oder Flutkatastrophen haben in den vergangenen Jahren wiederholt gezeigt, dass deutsche Hochschulen mit ernststen Krisen rechnen müssen, die auch ihren Ruf und ihre Glaubwürdigkeit in der Öffentlichkeit gefährden. Die tragischen Amokläufe an US-amerikanischen Universitäten haben zudem verdeutlicht, mit welchen Gefahren im schlimmsten Fall zu rechnen ist. Um Menschen und den Ruf der Hochschulen zu schützen, spielt in solchen Situationen professionelle Krisenkommunikation eine entscheidende Rolle. Eine soeben erschienene Studie des Fachgebiets Public Relations und Technikkommunikation der TU Ilmenau hat daher untersucht, wie leitende Kommunikationsverantwortliche an deutschen Hochschulen die Krisengefährdung einschätzen und wie gut sie glauben, auf die Kommunikation im Ernstfall vorbereitet zu sein.

Weit über drei Viertel, 79 Prozent, der befragten Kommunikationsverantwortlichen gaben an, schon eine ernsthafte Krise an ihrer Hochschule erlebt zu haben. In den meisten Fällen handelte es sich um Fälle kritischer Medienberichterstattung und das Fehlverhalten von Mitarbeitern oder Studenten. Gewalttaten, Plagiatsvorwürfe und gesundheitliche Risiken wurden von jeweils einem Viertel der Befragten genannt. Umwelt- und Naturkatastrophen, sinkende Studentenzahlen und Finanzprobleme wurden von jeweils 10 bis 15 Prozent der Kommunikationsverantwortlichen angegeben.

Obwohl Krisen also offenbar zum Alltag deutscher Hochschulen gehören, spielt die Vorbereitung auf Krisenkommunikation im Ernstfall noch eine untergeordnete Rolle. Wichtige Instrumente zur Vorbereitung wie Krisentrainings, Medientrainings oder auch Richtlinien für den Umgang mit Social Media in Krisen werden mehrheitlich wenig oder überhaupt nicht umgesetzt. Etwas häufiger ist der Einsatz von Krisenplänen und Krisenteams. Nach der Studie tun Hochschulen mit eher flachen Hierarchien und partizipativen Strukturen in der Zusammenarbeit zwischen Universitätsleitung, Gremien und Mitarbeitern auch mehr dafür, Krisen zu verhindern oder sich auf Krisenkommunikation vorzubereiten. Das gilt auch für Hochschulen, in denen Krisenkommunikation klar in der Verantwortung der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit beziehungsweise des Pressesprechers liegt, statt dezentral in der Verantwortung von Fakultäten oder Abteilun-

KONTAKT

Dr. Andreas Schwarz

Leiter Fachgebiet Public Relations und Technikkommunikation

☎ +49 3677 69-4694

✉ andreas.schwarz@tu-ilmenau.de

MEDIEN

Marco Frezzella

Leiter Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

☎ +49 3677 69-5003

✉ marco.frezzella@tu-ilmenau.de

gen. Die Autoren der Studie, Dr. Andreas Schwarz, Leiter des Fachgebiets Public Relations und Technikkommunikation der TU Ilmenau, und Johanna Büker von der PR-Agentur Dako PR sehen Nachholbedarf: „Künftig benötigen wir dringend mehr Forschung zur Praxis der Krisenkommunikation an deutschen Hochschulen, um diese weiter zu professionalisieren“.

Die Online-Befragung wurde im Februar 2017 durchgeführt und richtete sich an die leitenden Kommunikationsverantwortlichen der Hochschulen in Deutschland. An der Befragung nahmen 67 der 399 deutschen Hochschulen teil. Die Ergebnisse wurden im September 2018 im Sammelwerk „Forschungsfeld Hochschulkommunikation“ von Birte Fähnrich, Julia Metag, Senja Post, und Mike S. Schäfer (Herausgeber) im Springer VS-Verlag veröffentlicht:
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-22409-7#about>