

# Katholische Krisenkommunikation

■ GABRIEL TOMIC

**Gabriel Tomic führte als Masterarbeit seines Studiums an der Wirtschaftsuniversität in Wien eine bemerkenswerte Untersuchung durch. Das Thema war die Krisenkommunikation in der österreichischen katholischen Kirche in Bezug auf die Missbrauchsfälle der letzten Jahrzehnte.**

Um die Krisenkommunikation analysieren zu können, wurden über die Datenbank [wiso-net.de](http://wiso-net.de) alle relevanten Zeitungsartikel zum Thema (ausschließlich in österreichischen Zeitungen) herangezogen. Die Verfügbarkeit an Daten, aber auch die Bedeutung des Ereignisses, ergab als Startpunkt der Analyse den Fall Hermann Groer im Jahre 1995 – damals Erzbischof in Wien. Als Endpunkt wurde der 31. 12. 2018 gewählt.

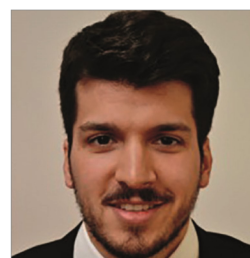
## Von Unternehmen lernen

Es standen ca. 6000 Zeitungsartikel für die Analyse zur Verfügung. Ihnen wurden Zitate von Kirchenvertretern entnommen und dann auf deren Inhalt hin analysiert. Jede Aussage wurde einer Kategorie zugeordnet, wobei sich die Kategorien aus der berühmten Arbeit von Timothy Coombs aus dem Jahre 2007 ergaben.<sup>1</sup> Coombs hat für verschiedene Arten von Krisen „Response Strategies“ festgelegt – eine Art Best Practice. Es wurde erörtert, ob die angewandten Kommunikationsstrategien der Kirche mit den von der Wissenschaft empfohlenen übereinstimmen, und welche Strategien generell im Laufe der Zeit verwendet wurden.

Die Frage war, wie die Kirche die Krisenkommunikation als Tool nutzt, um als Organisation in Zeiten von Imagekrisen (à la gleichgeschlechtliche Ehe, Priesterinnen, Missbrauchsfälle, usw.) bestehen zu können. Es sollte herausgefunden werden, ob die Kirche so groß und mächtig ist, dass sie auf die Erkenntnisse der Wissenschaft verzichten und nach den eigenen Vorstellungen kommunizieren kann, oder ob auch ihr die Wahrung des

Images zu bedeutend sein würde.

Die Studie ergab, dass die zehn Kommunikationsstrategien, die Coombs in seiner Arbeit nennt, erweitert werden mussten, um das Handeln der Kirche gezielter beschreiben zu können. Zudem hat sich gezeigt, dass die österreichische katholische Kirche im Laufe der Zeit ihre Krisenkommunikation verändert hat. Es fand eine Abkehr von Leugnungs- und Verkleinerungsstrategien hin zu Strategien des Wiederaufbaus und zu unterstützenden Strategien statt. Auch das strategische Schweigen – welches eine neue Kategorie darstellt – nahm im Laufe der Jahre ab. Dies lässt sich dadurch erklären, dass es innerhalb der Periode in einer gewissen Regelmäßigkeit eine Vielzahl immer wiederkehrender Vorfälle gab, die kumuliert eine langfristige Krisensituation darstellten. Durch diese Ausgangslage hat sich die Stimmung bei den Stakeholdern, also den Gläubigen, stark verschlechtert und viele traten aus der Kirche aus. Das Image der katholischen Kirche stand mächtig unter Druck, weshalb Maßnahmen des Wiederaufbaus unumgänglich waren. Die Vorfälle wiederholten sich aber dennoch, was dazu führte, dass die Organisation nie gänzlich durchatmen konnte. Für weiterführende Forschung ergeben sich eine Reihe von Anregungen zur genaueren Betrachtung der Auswirkungen mehr oder weniger geglückter Krisenkommunikation bzw. geglückten Krisenmanagements in Hinblick auf die Risiken, aber auch Chancen öffentlich geäußerter interner Kritik, und in Hinblick auf verbale und nonverbale Dimensionen der Krisenkommunikation. ■



Gabriel Tomic

1) Timothy Coombs, *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory; in: Corporate Reputation Review 10(3): 163–176. September 2007.*