

KRISENMANAGEMENT: VOM STOLPERN ZUM STEHEN

Worum geht es?

In diesem Whitepaper erfahren Sie, was bei einer Krise in Ihrem Lebensmittelunternehmen auf Sie zukommen kann. Anhand eines praxisnahen Beispiels zeigen wir die 10 zentralen Fehler auf, die in einer Krisensituation gemacht werden und - vielleicht noch wichtiger - wie Sie es besser machen können.

lexker
partners

Die 10 größten Fehler in der Krise.

In diesem Whitepaper erfahren Sie, welche 10 Fehler in Krisenfällen von Lebensmittelunternehmen am häufigsten gemacht werden und wie sie vermieden werden können.

Im Krisenfall lassen wir Sie nicht im Stich! Melden Sie sich bei uns, wir unterstützen Sie gerne jederzeit!

Krisen gehören dazu!

Kein Lebensmittelbetrieb bleibt für immer von Vorfällen verschont. Entscheidend ist nicht, ob eine Krise auftritt, sondern wie gut man darauf vorbereitet ist. Doch viele Unternehmen machen immer wieder die gleichen Fehler. Dieses Whitepaper zeigt die zehn größten Fehler im lebensmittelrechtlichen Krisenmanagement – und wie Sie es besser machen.

Stellen Sie sich folgendes Szenario vor: Ein mittelständischer Müsli-Hersteller steht vor einem Problem: Ein Kunde meldet, dass er in seiner Packung Metallspäne gefunden hat. Eine einzelne Reklamation – das kann mal passieren, oder?

Was ist in einem solchen Fall wichtig? Richtig, ein Plan. Außerdem braucht das Unternehmen eine klare Strategie um die Gretchenfrage zu beantworten: Ist das ein einmaliger Vorfall, oder steckt ein systematisches Problem dahinter? Gibt es eine Schwachstelle in der Produktion? Sind womöglich weitere Chargen betroffen? Wie das Unternehmen jetzt reagiert, entscheidet darüber, ob es die Kontrolle behält – oder ob die Krise das Vertrauen von Kunden und Partnern erschüttert.



Welche Antworten finden Sie hier?



Einleitung – Krisen gehören dazu!

Fehler #1: Kein Krisenplan

Fehler #2: Der Sachverhalt wird nicht (ausreichend) ermittelt

Fehler #3: Unklare Zuständigkeiten

Fehler #4: Fehlende interne Kommunikation

Fehler #5: Falsche oder unvollständige Kommunikation nach außen

Fehler #6: Ignorieren der Lieferkette

Fehler #7: Don't know the law and your lawyer

Fehler #8: Unzureichende Schulung der Mitarbeitenden

Fehler #9: Falscher Umgang mit Behörden

Fehler #10: Nach der Krise einfach weitermachen



Fehler #1: Kein Krisenplan

Viele Unternehmen beginnen erst mit der Krisenbewältigung, wenn das Problem bereits eskaliert ist – anstatt von Anfang an einen durchdachten Krisenplan in der Schublade zu haben.

Denken Sie an unseren Fall:

Was wäre, wenn der Hersteller keine klar definierten Abläufe für den Krisenfall hätte und niemand genau wüsste, wer intern und extern informiert werden muss, welche Schritte zur Ursachenforschung eingeleitet werden und wie mit den Behörden kommuniziert wird.

Widersprüchlichen Aussagen und verzögerten Reaktionen können zu Chaos im Alltag und vor allem zu einem Imageschaden für das Unternehmen führen.

Mit einem soliden Krisenplan kann ein Unternehmen schnell und souverän reagieren – und so verhindern, dass ein Vorfall zur existenziellen Bedrohung wird.

Wie man es besser macht:

- Ein Krisenteam mit klaren Verantwortlichkeiten benennen
- Einen Krisenkommunikationsplan aufstellen, der festlegt, wer wann informiert wird.
- Regelmäßige Krisensimulationen durchführen, um das Team auf den Ernstfall vorzubereiten.



Fehler #2: Der Sachverhalt wird nicht (ausreichend) ermittelt

Eine Krise erfordert schnelle Reaktionen – aber nicht auf Kosten der Sorgfalt. Wer ohne gesicherte Fakten voreilige Entscheidungen trifft, riskiert Fehlentscheidungen, die die Situation verschärfen können.

Denken Sie an unseren Fall:

Der Müsli-Hersteller erfährt von einem Fremdkörper und will sofort handeln. Eine Rückrufaktion? Eine Pressemitteilung? Doch bevor diese Maßnahmen beschlossen werden, fehlt eine entscheidende Grundlage: eine gründliche Analyse des Vorfalls. Woher stammt der Fremdkörper? Ist nur eine Charge betroffen oder steckt ein systematisches Problem in der Produktion dahinter? Wurden die internen Kontrollmechanismen durchlaufen? Sind die Produkte überhaupt bereits in den Verkauf gelangt oder noch auf Lager?



Ohne fundierte Sachverhaltsanalyse besteht die Gefahr, dass das Unternehmen entweder überreagiert oder den Vorfall unterschätzt. Beides kann das Vertrauen der Kunden und Partner erschüttern.

Nur wer den Sachverhalt vollständig versteht, kann souverän handeln – und die richtigen Entscheidungen treffen.

Wie man es besser macht:

- Systematische Informationsbeschaffung: Stellungnahmen von betroffenen Mitarbeitenden, Produktionsprotokolle und Qualitätskontrollen genau prüfen. Gegebenenfalls auch eine Stellungnahme der Lieferanten von Rohwaren einholen.
- Klare Entscheidungsgrundlage schaffen: Alle relevanten Fakten erfassen, bevor Maßnahmen eingeleitet werden.
- Vorschnelle Handlungen vermeiden: Ein gut analysierter Fall ermöglicht gezielte und effektive Reaktionen.
- Transparenz nach außen sicherstellen: Eine umfassende Analyse sorgt für

Fehler #3: Unklare Zuständigkeiten

Wer trifft Entscheidungen? Wer spricht mit Medien und Behörden?

Ohne klare Rollen kann im Ernstfall Chaos entstehen – und das kostet wertvolle Zeit.



Denken Sie an unseren Fall:

Der Müsli-Hersteller erkennt, dass das Problem größer ist als gedacht. Doch intern ist unklar, wer jetzt eigentlich das Sagen hat. Die Geschäftsführung diskutiert noch, während die Qualitätsabteilung bereits Nachforschungen anstellt. Das Marketing-Team fragt, ob es eine Stellungnahme für Social Media braucht, während der Vertrieb von Supermärkten mit Fragen bombardiert wird. Jeder wartet auf eine Entscheidung – aber niemand trifft sie.

Das Ergebnis? Widersprüchliche Aussagen, Verunsicherung und ein Kommunikationschaos, das sich leicht vermeiden ließe.

Ein Unternehmen, das bereits im Vorfeld klare Strukturen geschaffen hat, bleibt auch im Ernstfall handlungsfähig – und zeigt nach außen Kompetenz statt Chaos.



Wie man es besser macht:

- Klare Verantwortlichkeiten festlegen: Wer übernimmt die interne Koordination? Wer spricht mit Kunden, Medien und Behörden?
- Ein Krisenteam definieren: Eine feste Gruppe, die in Krisenfällen direkt handlungsfähig ist.
- Kommunikationswege im Voraus bestimmen: Wer muss informiert werden – und in welcher Reihenfolge?

Fehler #4: Fehlende interne Kommunikation

In einer Krise zählt nicht nur, was nach außen kommuniziert wird – sondern auch, ob und wie gut die eigenen Mitarbeitenden informiert sind. Sie sind oft die ersten Ansprechpartner für Kunden, Partner oder Medien und müssen genau wissen, was sie sagen dürfen – und was nicht.

In einer Krise zählt nicht nur, was nach außen kommuniziert wird – sondern auch, ob und wie gut die eigenen Mitarbeitenden informiert sind. Sie sind oft die ersten Ansprechpartner für Kunden, Partner oder Medien und müssen genau wissen, was sie sagen dürfen – und was nicht.

Denken Sie an unseren Fall:

Während die Geschäftsführung, gemeinsam mit dem Qualitätsmanagement und der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit noch an einer offiziellen Stellungnahme arbeitet, gehen bereits die ersten Kundenanfragen ein. Die Kundenhotline weiß von nichts und vertröstet auf später.

Der Außendienst beruhigt einen Händler mit einer unbestätigten Aussage, dass es sich „sicher nur um einen Einzelfall“ handelt.

In den sozialen Medien kommentiert ein Marketingmitarbeiter vorschnell, dass „die Produktion einwandfrei läuft“.





Gleichzeitig kursieren unter den Mitarbeitenden Gerüchte – und ehe man sich versieht, stehen widersprüchliche Aussagen im Raum.

Das Problem: Kunden und Partner bemerken sofort, wenn ein Unternehmen intern unkoordiniert agiert. Widersprüchliche Informationen sorgen für Unsicherheit und beschädigen die Glaubwürdigkeit.

Ein gut informiertes Team ist die Basis für eine professionelle und kontrollierte Krisenbewältigung.

Wie man es besser macht:

- Sofortige interne Information: Sobald eine Krise erkannt wird, müssen alle relevanten Mitarbeitenden Bescheid wissen.
- Einheitliche Botschaft festlegen: Wer mit Kunden oder Geschäftspartnern spricht, braucht klare Leitlinien, was kommuniziert wird – und was nicht. Gegebenenfalls werden nur einzelne Unternehmensangehörige festgelegt, die nach außen kommunizieren.



Fehler #5: Falsche oder unvollständige Kommunikation nach außen

Schwammige Statements, Verharmlosungen oder gar Vertuschungen kommen fast immer ans Licht – und verschärfen die Krise oder machen einen harmlosen Vorfall vielleicht auch erst zu einer solchen. Kunden, Medien und Behörden merken schnell, wenn ein Unternehmen nicht ehrlich oder transparent kommuniziert.

Denken Sie an unseren Fall:

Stellen Sie sich vor, der Müsli-Hersteller veröffentlicht eine erste Stellungnahme: „Wir prüfen den Vorfall, sehen aber derzeit keinen Grund zur Besorgnis.“ Kurz darauf berichten KundInnen von weiteren Fremdkörperfunden. Dann sickert durch, dass die Geschäftsführung schon länger von einem möglichen Produktionsproblem wusste. Die Folge: Ein Vertrauensverlust. Medien und Behörden werden misstrauisch, und das Unternehmen steht unter Druck.

Das Problem: Wer versucht, eine Krise kleinzureden oder Informationen zurückzuhalten, verliert schnell die Kontrolle über die öffentliche Wahrnehmung. Einmal beschädigtes Vertrauen ist nur schwer wiederherzustellen.

Krisenkommunikation will gelernt sein. Das bedeutet, dass es in einer Krise sinnvoll sein kann, externe Unterstützung einzuschalten!

Wie man es besser macht:

- Ehrlich, aber besonnen kommunizieren: Ein erster offizieller Kommentar sollte transparent sein, aber nicht spekulativ.
- Regelmäßige Updates geben: Wer nichts sagt, überlässt das Narrativ anderen. Klare, zeitnahe Informationen schaffen Vertrauen.
- Fehler zugeben, aber lösungsorientiert handeln: Falls sich ein Problem bestätigt, sollte das Unternehmen Verantwortung übernehmen und sofort darlegen, welche Maßnahmen ergriffen werden.



Fehler #6: Ignorieren der Lieferkette

Oft wird bei Krisen nur das eigene Unternehmen betrachtet, dabei kommen viele Probleme von Zulieferern oder Partnern. Eine fehlende Transparenz in der Lieferkette kann eine Krise unnötig verschärfen. Es gilt das „große Ganze“ zu sehen.

Denken Sie an unseren Fall: Vielleicht liegt der Fremdkörper nicht in der eigenen Produktion, sondern wurde bereits bei einem Zulieferer eingeschleust. Wenn das Unternehmen in dieser Phase nur auf eigene Prozesse fokussiert ist, übersieht es entscheidende Zusammenhänge. Eine umfassende Sachverhaltsanalyse und der Blick auf die gesamte Lieferkette sind hier entscheidend, nicht nur für das Handeln in der Krise, sondern auch für die nachgelagerte Schadensabwicklung.

Verstehen Sie die ganze Lieferkette, um nicht nur das Unternehmen, sondern die gesamte Krise in den Griff zu bekommen.

Wie man es besser macht:

- Lieferanten einbeziehen: Analysieren Sie die gesamte Wertschöpfungskette.
- Transparenz schaffen: Kommunizieren Sie mit Zulieferern, um Probleme frühzeitig zu erkennen.





Fehler #7: Don't know the law and your lawyer

Wer sich nicht an gesetzliche Vorgaben hält, riskiert nicht nur hohe Strafen, sondern auch irreparablen Schaden am Ruf. Die rechtlichen Rahmenbedingungen müssen in Krisenzeiten klar sein.

Denken Sie an unseren Fall:

Eine der Rohwaren wird nach dem voreiligen Rückruf als Ursache identifiziert. Sie ist in weitere Chargen Müsli geflossen. Der Rückruf muss erweitert werden, gleichzeitig sind Meldepflichten an Behörden relevant sowie die Frage, wurde gegenüber dem Kunden rechtzeitig gerügt, um nicht Schadensersatzansprüche zu verlieren.

Wer die rechtlichen Grundlagen kennt, vermeidet unnötige Risiken und kann sich auf die richtigen Maßnahmen konzentrieren.

Wer hier den Überblick verliert und sich nicht an die Vorschriften hält, verliert schnell das Vertrauen der Behörden und der KundInnen.

Wie man es besser macht:

- Rechtsberatung einholen: Wenden Sie sich frühzeitig an einen spezialisierten Anwalt.
- Gesetzliche Vorgaben kennen: Informieren Sie sich regelmäßig über gesetzliche Meldepflichten und Rückrufvorgaben.





Fehler #8: Unzureichende Schulung der Mitarbeitenden

Krisen können nur dann effizient bewältigt werden, wenn alle Mitarbeitenden wissen, wie sie in einer solchen Situation reagieren müssen. Viele Unternehmen setzen in Krisen auf Improvisation, statt ihre Mitarbeitenden systematisch zu schulen. Ohne regelmäßige Krisensimulationen und klare Verhaltensrichtlinien für den Ernstfall kann es zu chaotischen und ineffektiven Reaktionen kommen.

Denken Sie an unseren Fall: In unserem Beispiel eines Müsli-Herstellers sind die Mitarbeitenden unsicher, wie sie mit Kundenanfragen bezüglich des Fremdkörperfundes umgehen sollen.

Einige reagieren aus Angst vor Fehlern mit Schweigen, andere geben unklare Informationen weiter. Die Kunden sind verwirrt, und das Unternehmen verliert wertvolle Zeit, um die Krise zu entschärfen.

Mit einer gut vorbereiteten Belegschaft können auch in Krisenzeiten schnelle, koordinierte und effektive Entscheidungen getroffen werden.

Wie man es besser macht:

- Regelmäßige Krisensimulationen durchführen: Führen Sie Schulungen durch, in denen Mitarbeiter auf Notfälle vorbereitet werden, um Handlungsabläufe zu trainieren und das Selbstvertrauen zu stärken. Insbesondere bei Personalwechseln oder einer neuen Zusammenstellung von Teams ist dies einmal mehr geboten.
- Krisenhandbuch erstellen: Ein klar strukturiertes Handbuch mit definierten Reaktionsplänen und Kommunikationstipps hilft, die Mitarbeitenden auf Krisenfälle vorzubereiten.
- Spezialisierte Ansprechpartner benennen: Bestimmen Sie Krisenverantwortliche innerhalb des Teams, die in Notfällen schnell die richtigen Entscheidungen treffen können und als Ansprechpersonen dienen.



Fehler #9: Falscher Umgang mit Behörden

In Krisenzeiten darf die Behörde nicht als Instanz gesehen werden, die entscheidet, wo es langgeht. Stattdessen sollte das Unternehmen die Führung übernehmen und die Behörde frühzeitig und transparent in die Entwicklungen einbinden – stets mit dem klaren Ziel, die in Kooperation mit der Behörde dennoch die eigenen Entscheidungen zu treffen und zu kommunizieren.

Denken Sie an unseren Fall:

Das Unternehmen hat einen Fremdkörperfund gemeldet, aber die Behörde wird erst spät oder unvollständig informiert. Ein solches Vorgehen kann dazu führen, dass die Behörde das Gefühl bekommt, sie müsse die Führung übernehmen. Die Dynamik könnte kippen, und das Unternehmen könnte beginnen, Entscheidungen nur noch auf Basis der behördlichen Anforderungen zu treffen.



Stattdessen muss das Unternehmen selbst den Kurs bestimmen und der Behörde klar mitteilen, welche Erkenntnisse vorliegen, was bereits entschieden wurde und welche Maßnahmen eingeleitet werden.

Das Unternehmen bleibt in der Krise am Steuer – so wird nicht die Behörde zur treibenden Kraft, sondern das Unternehmen behält die Kontrolle und agiert selbstbewusst.

Wie man es besser macht:

- Frühzeitige und vollständige Einbindung: Stellen Sie sicher, dass die Behörde rechtzeitig informiert ist – aber nicht als Reaktionsinstanz, sondern als Partner.
- Fester Ansprechpartner: Idealerweise hat das Unternehmen eine feste Ansprechperson bei der Behörde, die das Unternehmen kennt und im Vorfeld sogar schon einmal eingeladen wurde, um einen guten Austausch zu etablieren.
- Krisenkommunikation aktiv steuern: In der Krise kommuniziert das Unternehmen den Stand der Dinge und die eigenen Entscheidungen, anstatt um Erlaubnis zu fragen. Die Behörde hat eine Kontrollfunktion. Sie wird informiert, aber die Entscheidungsträger sind im Unternehmen.



Fehler #10: Nach der Krise einfach weitermachen

Es gilt: Nach der Krise ist vor der Krise. Wer aus einer Krise nichts lernt, riskiert, die gleichen Fehler erneut zu machen.

Denken Sie an unseren Fall:

Der Müsli-Hersteller hat die Krise zwar gemeistert, aber es gab möglicherweise keine tiefergehende Reflexion oder Überprüfung der internen Prozesse. Keine Lektionen wurden gezogen, und keine Änderungen vorgenommen. Ein paar Monate später taucht erneut ein ähnliches Problem auf, weil die ursprüngliche Ursache nie vollständig behoben wurde.

Wer die Krise nutzt, um langfristig zu lernen und Verbesserungen umzusetzen, reduziert das Risiko zukünftiger Krisen und stärkt das Unternehmen nachhaltig. Zudem ist es genau das, was in der Rechtsprechung von einem funktionierenden Compliance-Management-System gefordert wird. Insoweit kann damit auch Sanktionen vorgebeugt werden.

Wie man es besser macht:

- Krise nachbereiten: Führen Sie eine gründliche Analyse durch und identifizieren Sie Schwächen.
- Maßnahmen umsetzen: Bauen Sie aus den Krisenerfahrungen Prozesse um, verbessern Sie die Qualitätssicherung und das Krisenmanagement.



Und jetzt?

Die Herausforderungen durch Krisen sind nicht nur theoretisch – sie müssen aktiv gemeistert werden. Was bedeutet dies konkret für Ihr Unternehmen? Welche Risiken und Stolpersteine lauern, und vor allem: Wie bereiten Sie sich optimal auf mögliche Krisensituationen vor?

Unsere Kanzlei bietet Ihnen nicht nur eine umfassende laufende Betreuung, sondern auch praxisorientierte Krisensimulationen und die Entwicklung eines maßgeschneiderten Krisenmanagements. Wir unterstützen Sie dabei, Krisen frühzeitig zu erkennen und souverän zu bewältigen.

Nutzen Sie unser Angebot und lassen Sie uns gemeinsam die nächsten Schritte planen. Kontaktieren Sie uns für ein kostenloses Erstgespräch – wir stehen Ihnen zur Seite und helfen Ihnen, Krisen sicher zu meistern!

Melden Sie sich, wir freuen uns!



LEKKER PARTNERS

Hintermeier & Werhahn Rechtsanwältinnen
LEKKER PartG mbB
Ludwig-Thoma-Straße 5
82291 Mammendorf
T 08145 36 04 691

hallo@lekkerpartners.de

www.lekkerpartners.de

