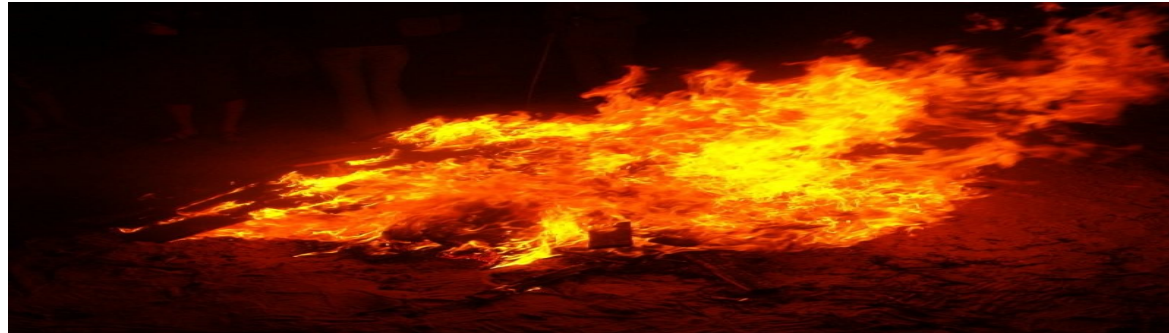


Krisenkommunikation



Prof. Arnd Joachim Garth

INSTITUT für MARKEN- und
KOMMUNIKATIONS-PSYCHOLOGIE
Berlin

Berlin, den 02.12.08



Was ist passiert?



Unternehmenskrisen verursachen wirtschaftlichen Schaden und Reputationsverlust. Krisen abzuwenden und zu begrenzen ist das Ziel des Krisenmanagements.

Hier spielt die richtige Krisenkommunikation eine entscheidende Rolle:

Krisenkommunikation - eine unterschätzte Disziplin

Krisenprävention - die Kommunikationsübung für den Ernstfall

Umgang mit Journalisten - Kundenpflege zu jeder Zeit

Der Krisenstab - aktives Helden-Management

Das Interview - der Auftritt in der Öffentlichkeit

Das Internet - ein Click zur Information

Der Strategieplan - Check für den Krisenfall

Krisen-Kommunikationssystem



- Training – Übungen – Coaching
Medien-Training
- § Aufgaben – Hierarchien
fachliche, emotionale und kommunikative Aspekte
Ansprechpartner, Prozesse, Teams, Interaktionen
- § Background
Bedarfsgerechte Infos (Informationspolitik für
Interessengruppen)
Sprachregelungen, Argumentationen, Aktionspläne

Der Trainer ist Autor beim Gablerverlag
der Wirtschaft Wiesbaden

Strategische Zieldefinition

- Denken Sie daran, nach der Krise kann vor der Krise sein, denn die nächste kritische Situation kommt bestimmt. Wenigstens darauf ist Verlass.
- Vorbereitet zu sein auf Krisensituationen bedeutet, trainieren, um zu wissen wer wie in und mit der Öffentlichkeit kommuniziert.
- Krisen-Prävention ist eine Vorbeugung. Präventionstraining ist Vorbeuge-Erfolg.

Inhalte der Krisen-Kommunikation

- **1. Die Krise und kommunikative Prävention**
Programme und Hilfen, Checklisten und wenn Sie wollen: Szenario
- **2. Die Medien und Ihre Bilderwelten**
Vorbilder, Feindbilder und Stimmungsbilder.
Der Krisen- Kommunikator inmitten der Bilder
Der Selbstbild – Fremdbild - Aspekt.
- **3. Der Umgang mit Journalisten in Krisen**
Aktiv aufeinander zugehen. Beide machen „ nur Ihren Job.“
Interessengemeinschaft ist nicht Gesinnungsgemeinschaft.
- **4. Die Botschaft als zentrales Element der Information und Schadensbegrenzung**
Die Facetten einer Botschaft in der Unternehmens-Krise (Unfall, terroristischer Anschlag, Produktfehler, Entlassungen, Brand-Katastrophe..... etc.)
- **5. Rhetorik**
Fragetechnik, Die narrative Rhetorik: von goldenen Kälbern und schwarzen Schafen.
Interviews, Statements, Abstraktion, Techniken, Strategien

Aufzeichnungen...die Kamera



- § Die Kamera ist dabei und sämtliche Situationen, Interviews und Kommunikationsmomente werden dokumentiert.
- § Das hilft, das „Wording“, das Selbst- und Fremdbildempfinden und die einzelnen Techniken in den Übungen zur Optimierung auszuwerten.

Krisen-Training

**Training für Medien-Techniken: Statements, Interviews,
und Pressekonferenzen
TV, Hörfunk (auch per Telefon) und Printmedien**

- Professionelle Vorbereitung im Team
- Professioneller Auftritt und professionelles Coaching
- Erfolgreiche Bewältigung von „Überfall“-Situationen
- Persönliche Beratung, Medienrhetorik, Umgang mit Stress und Zeitdruck

1 1/2 Tage bis zu 12 Personen

Techniken, Übungen, Auswertungen, Beobachtungen und Optimierung



Prof. Arnd Joachim Garth



Daniel Panzer

- **Setzen Sie sich mit uns in Verbindung:**

- Prof. Arnd Joachim Garth
- Horstwalder Str. 65
- 12307 Berlin
- Tel. 030/260 76 777
- Fax 030/260 76 778
- 0172/300 49 63

- e-Post garth@ideenfabrik-berlin.de

- www.ideenfabrik-berlin.de
- www.insti-uni.de