

Inhalt

Einleitung

7

I

Krisen-PR weiterdenken

Risiken und Krisen managen – Krisen-PR neu denken	11
<i>Hartwin Möhrle</i>	
Vom Risiko zur Krise	11
Risikomanagement und Unternehmenskultur	12
Integriertes Risiko- und Krisenmanagement	19
Internes Krisenmanagement: Wir machen uns eine Krise	22
Offen, ehrlich, transparent? Mythen der Krisen-PR	28
Krise, Kommunikation und Recht	32
Mythos Shitstorm – Krisenkommunikation im Netz	34
Life is live – die Kamera läuft immer mit	36
Die Medien, Krisenmacher in der Krise	38
Neuronale Kommunikation als Wirkungswaffe	41
Am Ende macht's der Mensch aus	43

II

Gute Kommunikation in Krisenzeiten

In Szenarien denken	47
Plädoyer für ein integriertes Krisenmanagement	
<i>Im Gespräch mit Uta-Micaela Dürig</i>	
Coca-Cola: Bei Foodwatch gibt es keine Tütensuppen	
Fünf Thesen zur Krisenkommunikation von Unternehmen	
im Social Web	57
<i>Patrick Kammerer</i>	
Beratung I: Immer wieder neu denken – Paradoxe Intervention	
und professionelle Intuition in der Krisenberatung	
<i>Claudia Fasse/Ulrich Bieger</i>	60
Social Media sind beherrschbar. Auch in der Krise	73
<i>Martin Riecken</i>	

Deutsche Bahn: Wirksame Compliance-Kommunikation mit emotionaler Ansprache 86
Jens-Oliver Voß

Beratung II: Ausverkauft – wie Milupa eine Nachfragekrise managt 92
Jana Stelz

Fräport: Alle Jahre wieder – wenn der Schnee den Flugbetrieb stört 99
Mike Peter Schweitzer, Dieter Hulick, Maria Linden

Beratung III: Der Fall für zwei – Krisenmanagement im Spannungsfeld zwischen Recht und Öffentlichkeit 108
Knut Schulte

III

Krisen-PR: Strategien, Methoden, Instrumente

Grundlagen moderner Krisenkommunikation 137
Hartwin Möhrle

Krisenprävention – Gefahren erkennen und Chancen ergreifen 145
Petra Hoffmann

Krisenintervention: Wenn Gefahr droht – schnelles Handeln im Ernstfall 177
Hartwin Möhrle

IV

Üben lohnt sich

Den Ernstfall üben – im Ernstfall überzeugen. Training und Coaching zur kommunikativen Bewältigung von Krisen 201
Renée Hansen und Katja Rinkinen

Vorbereitende Trainings und Coachings 202

Ad-hoc-Trainings und -Coachings in der Krise 208

Wie findet man die richtigen Krisenbegleiter? 212

Literaturverzeichnis 213

Die Autorinnen und Autoren 218