

Inhalt

Geleitwort – die Crux mit der Kommunikation	9
Geleitwort – Krisenkommunikation als Erfolgsfaktor	13
Vorwort der Autoren	17
Zur Einleitung ein Fallbeispiel	19
1. Die Krise kommt, der Notfall ist da	25
2. Ist das jetzt eine Krise oder ein Notfall?	29
Krisen, Notfälle und Katastrophen	30
Der Begriff der Krise aus unterschiedlichen Perspektiven	32
Ablauf einer Krise und die Kategorisierung in einzelne Stufen	36
3. Gut, nun sind wir bestens vorbereitet, oder?	45
Generelle Prävention und Vorbereitung	45
Checkliste für die proaktive Vorbereitung in der Vorkrisenzeit	47
Vorbereitungs-Checkliste für den konkreten Fall	48
Beispielhafter Aufbau eines Krisenmanagements	50
Praxisbeispiel: Katastrophenbewältigung der Stadt Zürich	55
4. Pressetermin und Kamera ein	61
Interventionsstrategien	61
Kommunikations- und Bewältigungsstrategie	65
Die Macht der Medien	66
Ein Praxisbeispiel: Die Ahrtal-Flutkatastrophe	75
5. Personen kamen zu Schaden und Todesfälle werden befürchtet	85
Das zweischneidige Schwert der Empathie	85
Körpersprache	93
Der Tylenol-Fall	94

6. Vorbel ist nicht vorbel	101
7. Nutzung von Social Media in der Krisenkommunikation	111
8. Die Aussagekraft von Bildmaterial als Stütze in der Krisenkommunikation	127
Psychologische Aspekte der Bildkommunikation	130
Die ethischen Anforderungen in der Bilderkommunikation	134
9. Qualität vor Tempo	139
Genauigkeit der Informationen	140
Überstürzte Kommunikation	143
Qualitätssicherung vor Geschwindigkeitsrausch	145
Nutzung von Holding Statements	146
10. Ausstattung und Ressourcen	155
Personelle Anforderungen	156
Räumliche Anforderungen	163
Technische Anforderungen	164
11. Strategie und Taktik	171
Krisenkommunikationsstrategie	172
Taktiken in der Krisenkommunikation	176
So besser nicht: Explodierende Batterien	179
Es geht auch anders: Klemmende Gaspedale	181
12. Krisentraining – vorbereitet für die Herausforderungen der Zukunft	185
Neue Normalität: dauerhafte Krisenbewältigung	186
Resilienz und Antifragilität: Widerstandskraft stärken	186
Praktische Umsetzung: Krisen realitätsnah trainieren	187
13. Monitoring und Evaluation	203
Monitoring: Werkzeuge und Methoden	205
Evaluation: Messung der Effektivität	210
Datensammlung und -analyse	212

14. Management und Führungskommunikation	219
Krisenführung	222
Sensibilisierung des Managements	232
Anforderungen an die interne Kommunikation	233
Strategien für effektive Führungskommunikation	234
Extrakt	234
15. Organisatorische Vorbereitung durch Strukturlegung für den Krisenfall	239
Krisenmanagement-Team	242
Identifikation und Analyse von Risiken	244
16. Interdisziplinäre Perspektiven – Einblicke aus Psychologie, Betriebswirtschaft und Kommunikationswissenschaft . . .	253
Psychologische Aspekte der Krisenkommunikation	254
Betriebswirtschaftliche Aspekte der Krisenkommunikation	258
Kommunikationswissenschaftliche Aspekte	261
17. Nach der Krise ist vor der Krise – die Aufarbeitung . . .	267
Die Bedeutung der Krisennachbearbeitung	268
Die wesentlichsten Schritte zur effektiven Krisenaufarbeitung	268
Reorganisation und Neuausrichtung	271
Transparente Darstellung der Ergebnisse	271
Langfristige Überwachung und Anpassung	272
Extrakt	274
18. Warum Krisenkommunikation Chefsache sein muss . . .	275
Die Verantwortung des CEOs	275
Wie die Krisenkommunikation auch wirklich zur Chefsache wird	279
Zusammenfassung	284

19. Abschluss und Ausblick	285
Die Auswirkungen der Künstlichen Intelligenz (KI) auf die zukünftige Krisenkommunikation	285
Schlussfolgerung	294
Anhang: Reale, praktische Fallbeispiele	297
Über die Autoren	309
Anmerkungen	313
Stichwortverzeichnis	315