

KRISENMANAGEMENT

Intention

Für Störfälle und andere für die Öffentlichkeit relevante Krisensituationen in Unternehmen existieren Alarm- und Verhaltenspläne für die Gefahrenabwehr, die Reaktionsmechanismen in Gang setzen und Verhaltensweisen in der Gefahrenbekämpfung automatisieren. Die interne und externe Krisen-PR gerät dabei oft ins Hintertreffen – eine wenig zielführende Kommunikation, Rechtfertigungsdruck bis hin zu nachhaltigem Imageverlust ist die Folge.

"Positiv – Offensiv!" lautet die erfolgreiche Botschaft diese Trainings. Überzeugende Krisen-PR umfasst alle kommunikativen Strategien und Maßnahmen, die dazu dienen, negative Konsequenzen wie Vertrauensverlust oder Imageschaden für das Unternehmen und seine Produkte bei Krisen und Konflikten zu verhindern.

Neben den Aktivitäten nach Eintritt eines sozial relevanten Störfalls bedeutet Krisen-PR aber auch Präventiv-Arbeit, d.h. die kommunikative Vorbereitung eines Unternehmens auf einen sozial relevanten Störfall.

Ziele

- ⇒ Situationsgerechtes und Image sicherndes Verhalten in Krisensituationen wird beherrscht.
- ⇒ Die Emotionssteuerung in der Medienkommunikation kann gezielter eingesetzt werden.
- ⇒ Der vertrauensbildende und professionelle Auftritt in der Öffentlichkeit ist sichergestellt.
- ⇒ Die Stilmittel der Persönlichkeitswirkung sind bekannt.
- ⇒ Die rhetorische Außenwirkung ist kompetent und überzeugend.
- ⇒ Das präventive Krisenmanagement in der Kommunikation wird beherrscht.

Inhalte

- ⇒ Krisenszenarios und Auswirkungen
- ⇒ Präventivmaßnahmen (Aktionspläne für Krisenstäbe, Planspiele)
- ⇒ Krisendiagnose am Fallbeispiel
- ⇒ Wenn – Dann – Konzepte des Krisenmanagements
- ⇒ Krisenkommunikation und Pressemitteilungen
- ⇒ Maßnahmen zur Verbesserung der internen Kommunikation
- ⇒ Kommunikationsinseln, Kommunikationskanäle, Intranet, Medien zur Mitarbeiterkommunikation
- ⇒ Zielplanung zur Prävention von Krisen
- ⇒ Konfliktmanagement und Emotionssteuerung