

In 30 Minuten  
wissen Sie  
mehr!

**30** MINUTEN

Karsten Eichner

**Krisen-  
kommunikation**

**GABAL**

**Karsten Eichner**

**30 Minuten**

**Krisenkommunikation**

## Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2021 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Das E-Book basiert auf dem 2021 erschienenen Buchtitel »30 Minuten Krisenkommunikation« von Karsten Eichner © 2021 GABAL Verlag GmbH, Offenbach.

ISBN Buchausgabe: 978-3-96739-081-0

ISBN epub: 978-3-96740-132-5

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg

Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen

Lektorat: Eva Gößwein, Berlin

Autorenfoto: privat

Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

© 2021 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

[www.gabal-verlag.de](http://www.gabal-verlag.de)

[www.gabal-magazin.de](http://www.gabal-magazin.de)

[www.twitter.com/gabalbuecher](https://www.twitter.com/gabalbuecher)

[www.facebook.com/Gabalbuecher](https://www.facebook.com/Gabalbuecher)


[www.instagram.com/gabalbuecher](https://www.instagram.com/gabalbuecher)

# In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

## ***Kurze Lesezeit***

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- ***Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*** 
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.

# Inhalt

## Vorwort

### **1. Wie Kommunikationskrisen entstehen**

Was ist überhaupt eine Krise?  
Skandalfaktoren als Krisen-Treiber  
Wie Krisen verlaufen

### **2. Vorbereitung für den Krisenfall**

Stakeholder identifizieren  
Ein Frühwarnsystem aufbauen  
Einen Krisenkommunikationsplan erstellen  
Ein Krisenkommunikationsteam zusammenstellen  
Üben, üben, üben

### **3. Kommunikation in der Krise**

Die „Sieben Goldenen Regeln der Krisenkommunikation“  
Die wichtigsten Schritte in der Krise  
Haltebotschaft, Masterstory und FAQ  
Klassische Krise versus Social Media Krise

### **4. Der Umgang mit den Medien**

Generelle Regeln  
Interne Kommunikation  
Schriftliche Anfragen  
Vor Mikrofon und Kamera

Die Online-Community

## **5. Wichtige Schritte nach der Krise**

Lessons learned: Evaluation

Reputation wiederaufbauen

**Fast Reader**

**Der Autor**

**Weiterführende Literatur**

**Nützliche Quellen und Kontakte**

# Vorwort

Ob Wirecard-Pleite oder Dieselskandal, ob Datenpannen, Produktrückrufe oder ausbeuterische Arbeitsbedingungen bei Zulieferunternehmen: Große wie kleine Krisenfälle gehören heute zum medialen Grundrauschen, und sie können praktisch jeden treffen – große Unternehmen wie Einzelpersonen.

Dieser Ratgeber will Sie auf mögliche Krisenfälle und deren mediale Skandalisierung vorbereiten. Die gute Nachricht dabei: Krisenkommunikation ist keine Zauberei, sondern solides Kommunikationshandwerk. Und wie ein guter Handwerker seinen Werkzeugsatz und ein bestens sortiertes Materiallager hat, so kann sich auch der professionelle Krisenkommunikator aus einem gut sortierten Fundus bedienen, auch und gerade unter Zeitdruck.

Denn etliche Skandale und Krisen kommen unvermittelt, etwa durch eine unbedachte Äußerung oder einen peinlichen Tweet. Andere schwelen hingegen schon länger, bevor sie ausbrechen, sind also durchaus Krisen mit Ansage. Häufig werden krisenhafte Vorgänge dann erst durch fehlende oder schlechte Kommunikation, durch vehementes Leugnen oder Schuldzuweisungen an Dritte zu einem medialen Skandalereignis mit öffentlicher Empörungswelle und gravierenden Folgen – wirtschaftlich und für das Image des Unternehmens.

Dieses Buch zeigt in kompakter Form, nach welchen grundlegenden Mechanismen die mediale Skandalisierung von Ereignissen funktioniert, welche Frühwarnsysteme es gibt, wie man sich auf Krisen aktiv vorbereiten kann und wie man im Ernstfall in der Öffentlichkeit professionell agiert. Checklisten und Musterformulierungen geben zusätzliche Orientierung. Die Inhalte basieren auf vielen praktisch erprobten Maßnahmen und regelmäßig geübten Krisenkommunikationsszenarien in einem Versicherungskonzern. Gleichwohl passen die Praxis-Tipps auf die unterschiedlichsten Branchen und Unternehmensgrößen - vom Freiberufler über den Handwerksbetrieb bis zum mittelständischen oder großen Unternehmen. Dieses Buch ist als Handbuch und Checkliste für Betriebe, Vereine und NGOs ebenso geeignet wie als Lehrmaterial für Kommunikations- und Management-Studierende.

Ein Buchprojekt entsteht nie im luftleeren Raum. Mein Dank gilt daher allen Kommunikatorinnen und Kommunikatoren, die mir in den letzten Jahren wertvolle Impulse gegeben haben; im Besonderen nenne ich hier Tina Hunstein-Glasl und Daniel Weitemeyer.

Die Krisenkommunikation gilt als die Königsdisziplin der Unternehmenskommunikation. Wer sie beherrscht und ihre Prinzipien verinnerlicht hat, wird deshalb auch außerhalb krisenhafter Vorfälle professionell agieren können und medial „bella figura“ machen.

Eine allzeit glückliche Hand bei der Kommunikation wünscht Ihnen

*Karsten Eichner*