

## Vorwort der Autoren

In unserer Gesellschaft besteht ein berechtigtes Interesse daran, dass vor einer Bedrohung gewarnt, dass ein Missstand aufgedeckt und über das für viele Menschen schädigende Fehlverhalten einer Person oder Organisation informiert und dieses ggf. über öffentlichen Druck abgestellt und korrigiert wird.

Die Beteiligten an aber auch die Verursacher von einer Krise haben ein Interesse daran, möglichst wenig schlecht in der Öffentlichkeit dazustehen. Nicht immer ist dieses Interesse unberechtigt. Nicht immer liegt die Ursache einer Krise in einer kriminellen Absicht oder in böswilligem Vorsatz.

In diesem Kontext haben die redaktionellen Massenmedien als vierte Macht im Staat eine verantwortungsvolle Aufgabe: Sie sollen Korrektiv sein und Schaden abwenden – von allen Beteiligten. Doch nicht bei jedem Thema gelingt »den Medien« der Spagat dieser Interessensabwägung. Im Gegenteil ist in den redaktionellen Massenmedien in den letzten Jahren eine steigende Tendenz zur Skandalisierung beobachtbar, die teils erheblichen persönlichen und wirtschaftlichen Schaden, über jede Verhältnismäßigkeit hinaus, bei den Betroffenen verursacht.

Doch auch den Betroffenen unterlaufen Fehler in ihrer eigenen Kommunikation zum Sachverhalt. Zu oft bleibt die gut gemeinte Information nicht adäquat oder es wird gar ungewollt Öls ins Feuer gegossen.

Damit wird es den verantwortungsvollen Journalisten schwer gemacht, den Sachverhalt nüchtern zu betrachten, denn der Journalist ist zunächst mindestens parteiisch: Er fühlt sich stark der abstrakten Idee einer Öffentlichkeit, wenigstens aber seinen Mediennutzern gegenüber verpflichtet, manchmal auch seinem Chefredakteur sowie dem Medienunternehmen, von dem er sein Gehalt bekommt.

Erschwerend kommt hinzu, dass sich die Medienlandschaft in den letzten Jahren deutlich verändert hat und neben den redaktionellen Massenmedien auch über die »Social Media« Informationen reichweitenstark verbreitet werden. Meist ganz ohne den Ethos des journalistischen Handwerks.

Damit ist Krisenkommunikation eine der anspruchsvollsten Ausprägungen des Handwerks der Unternehmenskommunikation: In kurzer Zeit muss unter hohem emotionalen Druck und bei unvollständiger Informationslage die richtige Entscheidung getroffen werden, um persönlichen und wirtschaftlichen Schaden abzuwenden oder mindestens zu minimieren.

Da ist es verwunderlich, dass Krisenkommunikation meist als aus Erfahrung geprägtes Handwerk beschlagener Praktiker erscheint. Das kann zwar im Einzelfall gut funktionieren, ist jedoch aus unternehmerischer und wissenschaftlicher Sicht unbefriedigend: Je folgenreicher eine Entscheidung, desto nachvollziehbarer und überprüfbarer sollte sie sein.

Daher gehen wir mit diesem Buch einen anderen Weg. Wir fokussieren bewusst nicht auf einzelne Krisenfälle. Stattdessen entwerfen wir ein ganzheitliches Konzept, um vielfältige Arten und Ausprägungen von Krisen in der Mediengesellschaft aus Sicht der Krisenkommunikation besser zu verstehen und die richtigen Stell-schrauben in der richtigen Weise zu drehen. Dafür wird der aktuelle Forschungs-stand in die Konzeptentwicklung integriert und aus dem Blick der Praxis einge-ordnet.

*Praktikern* erlaubt diese aktuelle Handreichung, erfolgskritische Themen der Imagekrise, sogenannte Issues, sinnvoll zu antizipieren, sich konzeptionell begrün-det gegen Krisen zu wappnen, eingetretene Krisenfälle anhand klarer Kriterien systematisch zu erfassen und methodisch angeleitet zu reagieren sowie ex post fundierte Nachsorge zu betreiben.

*Studierende* erhalten eine strukturierte und fundierte Einführung in eine der herausforderndsten Disziplinen der Unternehmenskommunikation mit konkreter Anleitung zum Transfer in die Praxis.

*Wissenschaftler* erhalten einen raschen interdisziplinären Überblick über den Forschungsstand im Bereich der Krisenkommunikation und über den sich daraus ergebenden Forschungsbedarf.

Wir danken unseren Familien für ihre Geduld, ihre Unterstützung und ihr Ver-ständnis für die Entbehrungen, die solch ein Projekt mit sich bringt. Auch danken wir dem Verlag für seine Flexibilität und Unterstützung in der Verwirklichung dieser Veröffentlichung.

Ihnen, lieber Leser, wollen wir eine Hilfe bieten und den Diskurs weiter anrei-chern. Wir haben uns daher auch bewusst und ausgehend von unseren Interessen und Erfahrungen unterschiedliche Schwerpunktthemen er- und bearbeitet und die Beiträge als Autorenkapitel verfasst, die durch eine gemeinsame konzeptionelle Basis und Form der Darstellung eng verzahnt sind. Als Autoren freuen wir uns, wenn dadurch unsere Einladung zum Dialog für die weitere Entwicklung der Themen betont wird. Wir freuen uns auf Ihr Feedback, Ihre Fragen und Anre-gungen.

Düsseldorf, im April 2016

Thomas W. Ullrich  
(tu@webosoph.de)

Dr. Mathias Brandstädter  
(mathias.brandstaedter@gmx.de)