

Praxishandbuch Krisenmanagement

Bearbeitet von
Beda Sartory, Patrick Senn, Bettina Zimmermann, Sita Mazumder

1. Auflage 2016. Taschenbuch. 288 S. Paperback
ISBN 978 3 907100 42 4
Format (B x L): 16,5 x 24 cm

Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik >
Kommunikationswissenschaft > Kommunikationsmanagement, Public Relations

Zu Leseprobe

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

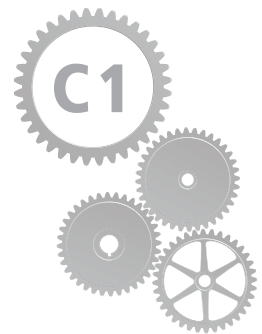
Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

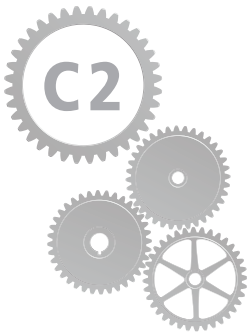
Inhaltsverzeichnis

Einleitung13

C1 Command – Krisenmanagement

1	Szenen aus der Praxis	20
1.1	Warmes Erwachen.....	21
1.2	Gestörter Energiefluss	21
1.3	Eine CD kann Ärger bereiten.....	22
1.4	Ein Amoklauf – bei uns?.....	23
1.5	Reputation ade – Vertrauen tschüss!	23
2	Krisenmanagement – Mythen und Hypes.....	25
3	Krisenprävention aus der Sicht des Krisenmanagements	28
3.1	Krise - Management - Krisenmanagement	28
3.2	Ereignisfall, Notfall oder Krise.....	31
3.3	Krisenstab.....	34
3.4	Häufigste Probleme im Krisenmanagement	38
3.5	Kompetenzregelung	39
4	Drei Hauptkomponenten	42
4.1	Organisation	43
4.1.1	Aufgaben und Erwartungen.....	43
4.1.2	Aufbau Organigramm Krisenstab.....	44
4.1.3	Organisation Führungsunterstützung	48
4.2	Infrastruktur	49
4.2.1	Ausstattung von Führungs-/ Stabsarbeitsräumen.....	50
4.2.2	Führungshilfsmittel.....	51
4.2.3	Visualisierung	56
4.3	Prozesse	61
4.3.1	Führungsrhythmus im Überblick.....	64
4.3.2	Arbeitsmethodik im Führungsstab	74
4.3.3	Arbeit der Führungsunterstützung	79
4.3.4	Zusammenspiel Rapporte und Prozesse	83
5	Praxisbeispiel	85



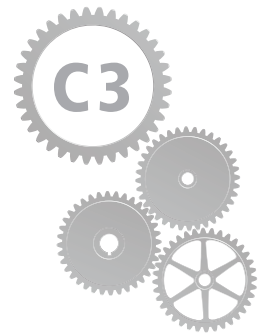


C2 Communication – Krisenkommunikation	
1	Szenen aus der Praxis.....94
1.1	Vom Fleck weg verhaftet 94
1.2	Belastende Ungewissheit..... 95
1.3	Gewerkschaft instrumentalisiert TV..... 96
1.4	Druck auf Gummiboot-Veranstalter..... 97
2	Krisenkommunikation – Mythen und Hypes.....98
3	Krisenprävention aus der Sicht der Krisenkommunikation108
3.1	Issues Management 108
3.2	Issues Monitoring..... 108
3.3	Krisenbereitschaft (Crisis preparedness) 109
3.3.1	Personal..... 109
3.3.2	Kontakt-Netzwerk 110
3.3.3	Infrastruktur..... 111
3.3.4	Konkrete Fragen zur Kommunikations-Infrastruktur 111
3.3.5	Prozesse dokumentieren und pflegen..... 112
3.3.6	Krisen-Handbuch..... 113
3.3.7	Ausbildungsstand 113
3.4	Häufigste Probleme in der Krisenkommunikation 115
4	Drei Hauptkomponenten erfolgreicher Krisenkommunikation116
4.1	Inhalte 116
4.1.1	Botschaften als Währungseinheit der Kommunikation 118
4.1.2	Beispiele für gute Botschaften 120
4.1.3	Gefährliche Botschaften 120
4.1.4	Paraverbale und nonverbale Botschaften 122
4.2	Adressaten..... 125
4.2.1	Behörden und Politik..... 125
4.2.2	Investoren & Analysten..... 126
4.2.3	Kundinnen und Kunden..... 127
4.2.4	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter..... 128
4.2.5	Medien 128

4.3	Kanäle	129
4.3.1	Medien-Mitteilung	130
4.3.2	Medien-Konferenz	131
4.3.3	Webpage	133
4.3.4	Einzel-Interviews	135
4.3.5	Hintergrund-Gespräch	137
4.3.6	Mitarbeiter-Versammlung	138
4.4	Arbeitsmethodik in der Krisenkommunikation	138
4.4.1	Social Media	144
5	Praxisbeispiel.....	145

C3 Care – Umfassendes Care

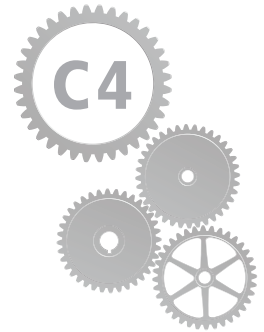
1	Szenen aus der Praxis	152
1.1	Plötzlich und unvorstellbar	152
1.2	Bei uns? Unmöglich!	153
1.3	Er war freundlich und die Schüler haben ihn geliebt	154
1.4	Weihnachtsverkauf mit Folgen	154
1.5	Das passiert bei uns nicht!	155
2	Umfassendes Care – Mythen und Hypes	157
2.1	Betreuung	157
2.2	Interne Kommunikation und Hotline	158
2.3	Schutz- und Abschirmmassnahmen	159
2.4	Stressmanagement	159
3	Krisenprävention	160
3.1	Vorbereitung	160
3.2	Häufigste Probleme im Umfassenden Care	161
4	Fünf Hauptkomponenten Umfassendes Care	162
4.1	Betreuung	163
4.1.1	Beispiel: Todesfall im Betrieb	164
4.1.2	Überbringen der Todesnachricht	166



4.1.3	Kondolenzbesuch	166
4.1.4	Besondere Unterstützung	167
4.1.5	Mitgestalten der Trauerfeierlichkeiten.....	170
4.1.6	Auch Mitarbeitende brauchen Betreuung.....	170
4.1.7	Trauerbewältigung innerhalb der Firma	172
4.1.8	Behinderte Menschen in Unternehmen	173
4.2	Interne Kommunikation	173
4.2.1	Ziele der internen Kommunikation	174
4.2.2	Wer informiert? Wie und wann?	175
4.2.3	Sprachregelungen	177
4.3	Schutz und Abschrimmassnahmen	178
4.4	Hotline.....	180
4.4.1	Vorbereitung	182
4.4.2	Sprach- und Verhaltensregelung	182
4.4.3	Kompetenzen	182
4.4.4	Telefonformulare/Journal/Auswertung.....	183
4.4.5	Meldefluss im Stab.....	184
4.4.6	Fallbearbeitung	184
4.5	Stressmanagement	184
4.5.1	Der Führungsrhythmus des Gehirns	188
4.5.2	Stressoren	191
4.5.3	Umgang mit Stress kann geübt werden	193
4.5.4	Reaktion im Stress – Kampf oder Flucht.....	194
4.5.5	Warum löst eine Krise Stress aus?.....	194
4.5.6	Stressmanagement in der Krise.....	196
5	Praxisbeispiel.....	198

C4 Compliance – Regelkonformität

1	Szenen aus der Praxis	206
1.1	Klare Regeln. Klar?	206
1.2	Der Mann hat schliesslich eine Familie	206
1.3	Kickbacks.....	207
2	Compliance – Mythen und Hypes	209
3	Krisenprävention aus der Sicht der Compliance	211
3.1	Rechtliche Einbettung.....	211
3.2	Wirtschaftliche Einbettung.....	212
3.2.1	Corporate Governance.....	212
3.2.2	Risikomanagement.....	212
3.2.3	Compliance.....	213
3.2.4	Exkurs: Risikowahrnehmung	213
3.2.5	Die häufigsten Schwachpunkte	214
4	Grundelemente der Compliance.....	215
4.1	Compliance-Kultur	216
4.2	Compliance-Ziele und Scope.....	216
4.3	Compliance-Kommunikation.....	217
4.4	Compliance-Organisation	218
4.5	Compliance-Risiken	219
4.6	Compliance-Programm	219
4.7	Compliance-Überwachung und Verbesserung.....	220
5	Compliance in der Praxis.....	221



Serviceteil

A	Know-How einkaufen?.....	224
B	Checklisten, Formulare und Raster	235
C	Glossar	250
D	Quellenverzeichnis	264