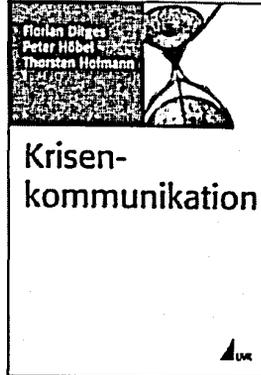


Krisenkommunikation

Florian Ditges, Peter Höbel, Thorsten Hofmann

Krisen meistert man am besten, indem man ihnen zuvorkommt. Nach diesem Motto behandeln die Autoren in drei Schritten Grundmerkmale von Krisen, die richtige Vorbereitung auf schwierige Situationen und die angemessene Reaktion im Krisenfall. Bei der Prävention spielen die personelle, räumliche und technische Ausstattung ebenso wie Strategie, Taktik und Aktionsplan eine wichtige Rolle. Ein regelmäßiges Krisen-Training ist sinnvoll. Für die Wahl der geeigneten Interventionsstrategie wurde eine Typologie mit neun Krisenfällen gebildet, die von Unfall, gefährlichen

Produkten, feindlichen Übernahmen bis zu kriminellen Akten und Naturkatastrophen reicht. Die Fälle werden nach einem einheitlichen Raster vorgestellt, der ein markantes Interventionsmerkmal, die geeignete Vorgehensweise, häufige Fehler und Praxisbeispiele umfasst. Das Buch stellt einerseits das für das Verständnis von Krisen relevante Wissen aus Psychologie, Betriebswirtschaft und Kommunikationswissenschaft zur Verfügung. Es besticht andererseits durch einen konsequenten Praxisbezug. Zahlreiche Beispiele, Handlungsempfehlungen, Checklisten, Tipps und ein umfassendes Glossar sensibilisieren den Leser für Krisenfälle. Das Buch richtet sich an Fachleute in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, aber auch fachfremde Manager aus Revision, Controlling, Rechtsabteilung oder Unternehmensführung sowie an Studierende der Kommunikationswissenschaft und Betriebswirtschaft.



Uvk Verlag, Februar 2008

ISBN: 978-3896695086

EUR 24,90