

Fachtagung „Krisen-PR“ der Deutschen Presseakademie vom 17. – 18. November 2005

Unternehmenskrisen sind Ausnahmestände. Das Management muss schwierige Entscheidungen treffen und diese auch noch einer alarmierten Öffentlichkeit vermitteln. Nicht selten verfallen Unternehmen in dieser Situation in Kommunikationsstarre. Sie hüllen sich in Schweigen und hoffen, dass die Gefahr vorüberzieht. Oder sie reagieren überstürzt und setzen auf unausgereifte Problemlösungen, welche die Krise noch verschärfen. Fehlende oder falsche Krisenkommunikation kann teuer wer-

den, weil sie das Image zerstört. Wie aber sieht sie aus, die optimale Krisen-PR? Kann sich ein Unternehmen tatsächlich auf den Ernstfall vorbereiten? Welche Instrumente haben sich im Fall der Fälle bewährt? Und wie vermeidet die Kommunikationsabteilung, im Informationswettbewerb mit Kritikern den kürzeren zu ziehen? Diese und viele weitere Fragen werden krisenerprobte Experten aus den unterschiedlichsten Unternehmen und Branchen auf unserer Fachtagung diskutieren.

Referenten



Tom Bender
[Pressesprecher, DFL Deutsche
Fußball Liga GmbH]



Udo Freialdenhofen
[Leiter Kommunikation, Toll
Collect]



Thorsten Hofmann
[Geschäftsführer, PRGS-ECCO
Berlin]



Jörg Howe
[Direktor Konzernkommunikation,
KarstadtQuelle AG]



Peter Königsfeld
[Redakteur, TV21 Fernsehprodukt
tion GmbH]



Mario Köpers
[Direktor Presse, TUI AG]



Thomas Mickleit
[Leiter Unternehmenskommunikati
on, Volkswagen AG]



Hartwin Möhrle
[Geschäftsführender Gesellschafter,
Ahrens & Bimboese GmbH]



Alexander Ross
[freier Journalist und Autor]



Hajo Schumacher
[freier Journalist und Autor]

MODERATION:

Auszug aus dem Programm

- Was Unternehmen falsch machen: Krisenkommunikation aus journalistischer Sicht“
- Krisenkommunikation vor Ort: Kommunikationsmanagement in breit aufgestellten Konzernen
- Krisenkommunikation und Globales Issues-Management
- Trainer raus! Sprecher rein! Krisen-PR in der Bundesliga
- Krisen-PR und die Rolle von externen Dienstleistern
- Die Zukunft der Krisen-PR



Nachlese: Fachtagung „Krisen-PR“



Thorsten Hofmann (PRGS) eröffnet mit einer Key Note die Tagung

Jörg Howe leitet die Kommunikation der KarstadtQuelle AG

Udo Freialdenhofen (TollCollect): „Der Turnaround ist möglich“

Mario Köpers leitet die Kommunikation der TUI AG



Blick in den Saal I



Klaus-Peter Johanssen



Thorsten Hofmann und Anne Schleider (BdP)



Podium



Blick in den Wintergarten



Teilnehmer im Gespräch



Blick in den Saal II



Begrüßung durch Hajo Schumacher



Dettel Untermaier: „Man muss auch mal schweigen können“



Hajo Schumacher während des Sektempfangs



Teilnehmer im Gespräch



Foyer. L. Dörfel und K.-P. Johanssen (vorne li.)



Alexander Ross: Krisen-PR aus Sicht der Medien

Hartwin Möhrle (Ahrens und Bimboese) über die Rolle externer Berater

Tom Bender ist als DFL-Pressesprecher krisenerfahren

Peter Höbel (PRGS) während seines Vortrags

Stimmen und Meinungen zur depak Fachtagung Krisen-PR



Teilnehmer bei der depak Krisen-Fachtagung im Hotel Adlon in Berlin: crisadvice-Geschäftsführer Peter Höbel (links), daneben der Gastgeber, depak-Chef Lars Dörfel.

"Sehr empfehlenswert und äußerst informativ – da die Darstellung des Themas Krise aus verschiedenen Perspektiven erfolgte."

Danuta Kessler-Zieroth, Pressereferentin, Krones AG

"Die Tagung gab interessante Einblicke und Denkanstöße für die tägliche Arbeit. Sehr gut gefiel mir die Möglichkeit zum Gedankenaustausch mit Kommunikations-Kollegen aus anderen Branchen und Unternehmen."

Christian Schaaf, stellv. Abteilungsdirektor Verbundkommunikation, Deka Bank

"Es waren vor allem die interessanten Beispiele, die den Horizont erweiterten. Die verschiedenen Herangehensweisen, die zu optimalen Lösungen führen, sind ja das, was uns alle interessiert. Das Handwerkszeug muss man schon vorher lernen."

Jens Fuge, Geschäftsführender Gesellschafter, Westend PR GmbH

"Ideale Mischung aus Fachinformation und Erfahrungsberichten. Besonderer Mehrwert durch exzellente Referenten aus der Praxis."

Iris Köpke, Bundesdruckerei GmbH

"Die neuesten Trends in Sachen Corporate Publishing – komprimiert, schnörkellos und top-aktuell."

Sebastian Ackermann, RWE Energy

"Abstraktes Wissen, informativ und spannend, leicht konsumierbar vor- und aufbereitet, mit echtem Nutzen für die Tagungsteilnehmer."

Prof. Rüdiger Quass von Deyen, konzeption + design

"Empfehlenswert, interaktiv, praxisrelevant."

Reinhold Richter, heristo AG

"Die Tagung schärft mit einer großen Bandbreite an Themen den Blick für Krisenpotentiale und gibt interessante Einblicke in die Praxis von Unternehmen, die sich in Krisen bewähren mussten."

Ulrich Göbel, Pressesprecher, K+S AG

"Wertvoller Meinungs- und Erfahrungsaustausch mit den Corporate Publishing-Machern."

Werner Klingberg, Deutsche Bahn AG

"Ein spannender Tag mit professionellen Referenten, der mir interessante Anregungen gegeben hat."

Christine Schindler, Converium

"Viele interessante Facetten und Erfahrungen von Krisenzuständen wurden vermittelt: kompakt und gut präsentiert."

Axel Stehle, Pressesprecher, Bayerischer Landtag
