

Ralf Laumer/Jürgen Pütz

Vorwort

I. Grundlagen

Klaus Merten

Krise und Kommunikation

Klaus Schmidbauer

Kluge Konzepte für die Krisenkommunikation

Renée Hansen

Plötzlich und unerwartet

Wie man kritische Situationen besser erkennt und Schäden begrenzt

II. Praxisbeispiele

Dirk Metz

Die politische Krise

Die Gefahr liegt nicht in der Krise selbst, sondern in deren Bewältigung

Thorsten Hofmann

Das Internet, die größte Gerüchteküche der Welt

Peter P. Knobel

Massenentlassungen – kommunizieren ohne Reputationsverlust

Sandra Leder

Gewappnet für den Ernstfall

Umsichtige Vorbereitung schützt das Unternehmensimage in der Krise

Beate Hoffmann und Christina Müller

Gedankenfreiheit oder „Nestbeschmutzung“?

Krisen-PR für Hochschulen und Universitäten

Cornelia Müller

Krisenvorbereitung auf lokale Störfallszenarien in der chemischen Industrie an einem Standort mit angrenzendem Wohngebiet

Beate Hoffmann und Christina Müller

Krisen lauern überall

Wie Verwaltungen mit Krisen umgehen

Lars Großkurth

Showstopper Wirklichkeit? Krisen-PR zwischen Theorie und Praxis

Wolfgang Klauke

Krisen-PR bei Lebensmittelskandalen

Die Krise als Chance nutzen

Peter Höbel

Die Rolle der Kommunikation im interdisziplinären Krisenmanagement bei Großschadensereignissen

Stephanie Schmidt / Renée Hansen

„Den Holocaust hat es nie gegeben“

Plakat übertönt Mahnmal – eine selbst geschaffene Kommunikationskrise

Udo Becker

Krisenkommunikation eines in Deutschland ansässigen Unternehmens zur beabsichtigten Standortschließung im europäischen Ausland

Lutz Hagestedt

Nie ganz spannungsfrei

Krisenszenarien am Beispiel eines Publikumsverlages

Peter P. Knobel:

PR im Krisenfall – was Sie von Ihrer PR-Agentur fordern sollten!

III. Krisen-PR aus journalistischer Sicht

Jochen Reiss

Wie man im Krisenfall mit Journalisten umgehen sollte

Torsten Knödler

Duett oder Duell?

Wie in Krisen die Zusammenarbeit von Pressesprechern und Wirtschaftsjournalisten funktioniert

Michael Rausch

Elch trifft Auto

Über das Grundmuster eines Kommunikationsdesasters

Carsten Tergast

Kein Journalist ist wie der andere und München ist nicht Frankfurt

Wie ein Versuchsballon fast zum PR-Fiasko wurde

IV. Serviceteil

Eva Mohr/Michaela Naumann

Checklist zum Thema Krisen-PR

Webtipps

Literaturverzeichnis

Sachregister

Über die Autoren