

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Wie Kommunikationskrisen entstehen</b>	<b>9</b>
Was ist überhaupt eine Krise?	10
Skandalfaktoren als Krisen-Treiber	15
Wie Krisen verlaufen	19
<b>2. Vorbereitung für den Krisenfall</b>	<b>23</b>
Stakeholder identifizieren	24
Ein Frühwarnsystem aufbauen	28
Einen Krisenkommunikationsplan erstellen	32
Ein Krisenkommunikationsteam zusammenstellen	35
Üben, üben, üben	37
<b>3. Kommunikation in der Krise</b>	<b>41</b>
Die „Sieben Goldenen Regeln der Krisen- kommunikation“	42
Die wichtigsten Schritte in der Krise	46
Haltebotschaft, Masterstory und FAQ	54
Klassische Krise versus Social Media Krise	58
<b>4. Der Umgang mit den Medien</b>	<b>65</b>
Generelle Regeln	66
Interne Kommunikation	67
Schriftliche Anfragen	68
Vor Mikrofon und Kamera	71
Die Online-Community	74

<b>5. Wichtige Schritte nach der Krise</b>	<b>79</b>
Lessons learned: Evaluation	80
Reputation wiederaufbauen	82
<b>Fast Reader</b>	<b>85</b>
<b>Der Autor</b>	<b>92</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>93</b>
<b>Nützliche Quellen und Kontakte</b>	<b>95</b>
<b>Register</b>	<b>96</b>