

Florian Ditges, Peter Höbel, Thorsten Hofmann  
**Krisenkommunikation**

UVK Verlag Konstanz, 1. Auflage 2008, 256 Seiten, broschiert,  
ISBN 978-3-89669-508-6, 24,90 Euro

„Krisen meistert man am besten, indem man ihnen zuvorkommt.“ Ihnen zuvorkommen heißt zu wissen, was eine Krise ausmacht, daraus die richtige Vorbereitung abzuleiten und schließlich im Krisenfall angemessen zu agieren. Dieser Schrittigkeit folgen die drei Autoren konsequent.

Bei der Prävention spielen die personelle, räumliche und technische Ausstattung ebenso wie Strategie, Taktik und Aktionsplan eine wichtige Rolle. Ein regelmäßiges Krisentraining ist sinnvoll. Für die Wahl der geeigneten Interventionsstrategie wurde eine Typologie mit neun Krisenfällen gebildet, die vom Unfall, gefährlichen

Produkten, feindlichen Übernahmen bis zu kriminellen Akten und Naturkatastrophen reicht. Die Fälle werden nach einem einheitlichen Raster vorgestellt, das ein markantes Interventionsmerkmal, die richtige Vorgehensweise, häufige Fehler und Praxisbeispiele umfasst.

Der Spagat des Buches gelingt: einerseits für das Verständnis von Krisen relevante Wissen aus Psychologie, Betriebswirtschaft und Kommunikationswissenschaft zur Verfügung zu stellen. Auf der anderen Seite einen hohen Praxisbezug zu gewährleisten. Beispiele, Handlungsempfehlungen, Checklisten, Tipps und ein umfassendes Glossar geben Anleitung und sind ideenge-



ber für den Krisenfall. Als Einführung richtet sich das vorliegende Buch an Mitarbeiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, gleichzeitig auch an fachfremde Manager aus Revision, Controlling, Rechtsabteilung oder Leitungsebene. ■ (TR)

Verbände report, 09/2008