

Der Autor

Dr. Norbert Baumgärtner hat 20 Jahre PR-Erfahrung in leitenden Funktionen der Kernenergie- und Chemischen Industrie und ist Inhaber der Baumgärtner Managementberatung in Grünwald bei München. Als Berater und Trainer hat er sich auf Risiko- und Krisenkommunikation, Medientraining sowie politische Kommunikation spezialisiert.



An der Ludwig-Maximilians-Universität München hat Dr. Baumgärtner einen Lehrauftrag für Kommunikationswissenschaft und doziert über Risiko- und Krisenkommunikation sowie Public Relations. Er ist Autor zahlreicher Fachbeiträge über Unternehmenskommunikation.

Norbert Baumgärtner

Risiko- und Krisenkommunikation

Rahmenbedingungen,
Herausforderungen und Erfolgsfaktoren,
dargestellt am Beispiel der chemischen Industrie



Kurzbeschreibung

Die Gründe, aus denen Unternehmen negative Schlagzeilen machen können, sind zahlreich: Störfälle, Produktrisiken, wirtschaftliche Probleme, Sabotage, Erpressung... Die Vielfalt möglicher Auslöser zeigt, daß kaum ein Unternehmen sicher sein kann, von Krisen verschont zu bleiben. Dabei stehen nicht nur Image und Glaubwürdigkeit auf dem Spiel, sondern zunehmend auch kommerzielle Werte, mitunter sogar die Existenz des betroffenen Unternehmens.

Es hat sich gezeigt, daß klassische Ansätze der Risiko- und Krisenkommunikation häufig nicht funktionieren, manchmal sogar negative Effekte produzieren. So muß z. B. die von der Industrie über Jahrzehnte hinweg verfolgte Strategie der Wissensvermittlung zur Akzeptanzsteigerung als gescheitert betrachtet werden. Verschärfend kommt hinzu, daß das Verhältnis zwischen Unternehmen, Massenmedien und Öffentlichkeit oft von Mißverständnissen und Stereotypen geprägt ist.

Der Autor, selbst langjährig erfahrener Krisenmanager, zeigt auf sozialwissenschaftlicher Basis Zusammenhänge, Hintergründe und praxisorientierte Lösungen auf, die eine nachhaltige Verbesserung der unternehmerischen Risiko- und Krisenkommunikation ermöglichen. Er verfolgt dabei einen neuartigen, interdisziplinären Ansatz, der sowohl kommunikative als auch psychologische, betriebswirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Aspekte berücksichtigt.

Baumgärtners neues Buch ist keines der üblichen „How-to-do“-Werke, sondern es setzt weit vor dem eigentlichen Kriseneintritt an: Bei der Erklärung der psychologischen Faktoren der Risikowahrnehmung und bei der für eine erfolgreiche Krisenbewältigung unerlässlichen Früherkennung und Prävention von Unternehmenskrisen. Eine zentrale Rolle spielen hierbei frühzeitiges Agieren, Kompetenz, Offenheit, glaubwürdige Kommunikation und vor allem das Bemühen um öffentliches Vertrauen.

Norbert Baumgärtner

Risiko- und Krisenkommunikation

Rahmenbedingungen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren, dargestellt am Beispiel der chemischen Industrie



1. Auflage
September 2005
456 Seiten, 64 Abb.
Hardcover
39.- Euro
ISBN 3-89963-172-2
Verlag Dr. Hut,
München

Aus dem Inhalt

Risikowahrnehmung und -kommunikation · Der Lebenszyklus von Risikothemen · Krisen und Krisenkommunikation · Phasenmodelle des Krisenmanagements · Schwierigkeiten der Technik in der modernen Gesellschaft · Technikfeindlichkeit · Wertewandel · Akteure in der Risiko- und Krisenkommunikation, ihre Erwartungen und ihr Sanktionspotential · Massenmedien und Journalisten · Medienberichterstattung über Risiken und Krisen · Die Wirkung von Massenmedien auf Technikeinstellungen und Risikoakzeptanz · Die Branchen-PR der chemischen Industrie · „Dialog“ in der PR - Modebegriff oder praktikables Konzept? · Fallstudien: Icmesa/Seveso, Johnson & Johnson/Tylenol, Union Carbide/Bhopal, Sandoz/Schweizerhalle, Hoechst/o-Nitroanisol, Bayer/Lipobay · Vertrauen als Zielwert erfolgreicher Risiko- und Krisenkommunikation