

21.05.2012 - 12:32 Uhr

Krisenkommunikation - Im Ernstfall die richtigen Worte finden und Imageschäden vermeiden

Mehr Informationen

<http://ots.de/qINjl>

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Störfälle, Umsatzeinbrüche, Boykottdrohungen oder Produktrückrufe - mögliche Krisenszenarien gibt es viele, aber die wenigsten Unternehmen und Organisationen sind gut darauf vorbereitet. Selten findet sich für den Ernstfall ein strategischer Krisenplan griffbereit in der Schublade. Dabei sollten Unternehmen und Organisationen jederzeit damit rechnen, dass nicht nur ihr Image sinkt, sondern auch Menschen zu Schaden kommen. Eine professionelle Vorbereitung und die richtigen "Werkzeuge" sind für die Krisenkommunikation deshalb absolut notwendig. Rechtzeitige Krisenprävention hilft Schaden zu vermeiden!

Nicht zu unterschätzen ist auch der Wettlauf mit der Zeit. Internet und soziale Medien erhöhen heutzutage die Wahrscheinlichkeit, dass aus einem Vorfall eine echte Krise wird. Und die Öffentlichkeit reagiert zunehmend sensibel auf kommunikative Versäumnisse. Unabhängig von der Schuldfrage ist es überlebensnotwendig, schnell die richtigen Worte für Medien, Betroffene und ihre Angehörigen zu finden. Wer vorbereitet ist, hat bessere Chancen und kann auch die Potentiale nutzen, die in jeder Krise stecken. Wie man sich bestmöglich auf außerordentliche Ereignisse vorbereitet und welche Kommunikationsstrategie ein Unternehmen im Krisenfall einsetzen kann, lernen Teilnehmer im Media Workshop "Krisenkommunikation" am 14. und 15. Juni 2012 in der Hamburger HafenCity.

Krisenkommunikation - Strategische Öffentlichkeitsarbeit im Ernstfall am 14. und 15. Juni 2012 in Hamburg www.media-workshop.de/pm/1853

Dieser zweitägige Media Workshop vermittelt die Voraussetzungen für den kommunikativen Umgang mit einer Krise. Er richtet sich an PR-Berater sowie Verantwortliche für PR, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aller Branchen. Die Teilnehmer proben in praxisnahen Übungen den Ernstfall. Sie lernen die Instrumente des Krisenmanagements kennen, und welche Rolle Social Media dabei spielt. Darüber hinaus schult Referent Jörg Forthmann die Teilnehmer im Umgang mit investigativen Journalisten und dem Entwickeln der passenden Botschaften für interne und externe Zielgruppen. Spannende Fallbeispiele runden das Programm des zweitägigen Seminars ab.

Über den Referenten:

Jörg Forthmann ist Geschäftsführer der Faktenkontor GmbH und leitet seit vielen Jahren Seminare zur Pressearbeit und Krisenkommunikation. Durch seine Tätigkeit als Referent in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Nestlé Deutschland AG und als PR-Berater in Hamburg besitzt er viel Erfahrung in der Gestaltung und Optimierung der Unternehmenskommunikation. Die journalistische Seite der Pressearbeit beherrscht er durch seine Ausbildung und Arbeit als freier Journalist unter anderem für das Hamburger Abendblatt.

Über das Fortbildungsprogramm Media Workshop:

Über 11.000 Kommunikationsfachleute, Marketing-Profis und Führungskräfte haben seit 2001 an Media Workshops teilgenommen. Das praxisnahe Weiterbildungsprogramm bietet rund 45 Themen zu Pressearbeit, PR, Social Media und Marketing sowie zu Präsentationstechniken und Führungskompetenz. Zum Jahresanfang wurde die Marke Media Workshop von drei ehemaligen Mitarbeiterinnen der news aktuell GmbH übernommen.

Das komplette Seminarprogramm 2012 im Online-Seminarfinder: www.media-workshop.de

Das Seminarprogramm 2012 zum Download: www.media-workshop.de/pdf/seminaruebersicht_2012.pdf

Kontakt:

MEDIA WORKSHOP - Seminare / Trainings / Coachings

Berit Siewert

Telefon: +49 40 2263 5995

E-Mail: team@media-workshop.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051450/100718753> abgerufen werden.