



PRAXIS-SEMINAR
6./7. APRIL 2016
MÜNCHEN

KRISENKOMMUNIKATION INTERN

Souverän kommunizieren und führen in herausfordernden Ausnahmesituationen

1. TAG

- Krisenmanagement: Was sind Krisen?
- Monitoring Tools
- Phasen einer Krise
- Zielgruppengerechte Kommunikation in Krisensituationen
- Kommunikation ist Chefsache
- Praxisbeispiel ADAC

2. TAG

- Social Media
- Unkluger Umgang mit Krisen: Worst Case Beispiele
- Better than before
- Der Krisen-Kommunikationsfahrplan
- Glaubwürdigkeit und Vertrauen
- Krisen-Kommunikationsstrategie



Susanne Westphal

*Unternehmensberaterin,
Autorin und Trainerin
SueWest Communications, Prien/Hamburg*



Martin Fischer

*Leiter Personalmarketing und
interne Kommunikation
ADAC, München*



AKADEMIE
FÜR FORTBILDUNG
HEIDELBERG



Praxiswissen pur:

Viele Krisen haben andere bereits erlebt.

Lernen Sie aus vorgestellten Praxisbeispielen und übertragen Sie die Erfahrungen in Ihre Kommunikationsstrategie.

SEMINARZIEL

Der Albtraum jeder Führungskraft und jedes Kommunikationsverantwortlichen: Plötzlich ist sie da, die Krise. Und alles überschlägt sich. Die Faktenlage ist unübersichtlich. Journalisten rufen an. Kamerateams fangen Mitarbeiter ab und stellen Fragen. Mitarbeiter sind zutiefst verunsichert. Auf Facebook toben die Emotionen und aus unerfindlichen Gründen ist die Firmenwebseite nicht mehr erreichbar. In der eilig einberufenen Krisensitzung warten ernste, erwartungsvolle Gesichter.

Diese Situation kommunikativ souverän zu meistern, erfordert eine gute Vorbereitung und das passende Handwerkszeug. In diesem Seminar erarbeiten Sie Ihren individuellen Krisenkommunikationsfahrplan. Das erfahrene Trainerteam vermittelt Ihnen die dafür erforderlichen Kenntnisse über Krisenphasen und Interventionsdimensionen. Garniert mit vielen hilfreichen Tipps und Methoden aus der Praxis.

Die beste Krise ist die, die gar nicht stattfindet. Daher analysieren Sie anhand von realen Beispielen, wie und wodurch Lawinen ins Rollen kommen. Sie lernen Anzeichen frühzeitig zu erkennen und geeignete Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Eine Krisenzeit ist im Idealfall wie ein reinigendes Gewitter. Hier üben Sie, was Sie – auch vor der Kamera – dazu beitragen können, damit nach der Krise die Sonne wieder scheint – und es so bleibt.

TEILNEHMERKREIS

Sie begegnen im Rahmen dieses Praxis-Seminars Mitarbeitern und Führungskräften, die sich für die Interne Kommunikation in ihrer Organisation verantwortlich zeigen. Sie sind meist in mittleren oder großen Unternehmen beschäftigt, aber auch in Non-Profit-Organisationen oder der öffentlichen Verwaltung. Hier sind sie häufig organisatorisch den Bereichen PR und Öffentlichkeitsarbeit, Personal oder der Geschäftsleitung zugeordnet.

Auch Mitarbeiter aus Agenturen, die Konzepte und Corporate Publishing Produkte für ihre Kunden erstellen, melden sich gern zu diesem Seminar an.

PROGRAMM: 1. TAG

Krisenmanagement: Was sind Krisen?

- Auslöser von Krisen
- Indikatoren zur Früherkennung möglicher Krisen
- Valide Einschätzung von Eintrittswahrscheinlichkeiten
- Berechnung von möglichen Auswirkungen

Monitoring Tools

- Vorstellen von verschiedenen Tools, die Sie zur internen wie externen Beobachtung einsetzen können
- Beobachtung im Unternehmen
- Social Media Monitoring
- Presse-Monitoring
- Beobachten von Markt- und Kundenverhalten

Phasen einer Krise

- Der kritische Moment: Krisen kommen meist plötzlich und unerwartet
- Schockphase
- Fragen und Kritik: Die Kommunikationsabteilung unter Dauerfeuer
- Image-Arbeit: Transparenz und Glaubwürdigkeit
- Nachberichterstattung: Nach der Krise ist vor der Krise

Zielgruppengerechte Kommunikation in Krisensituationen

- Unterscheidung interne und externe Zielgruppen
- Identifizieren von wichtigen Multiplikatoren
- Unterschiedliche Informationsbedürfnisse der Stakeholder

Kommunikation ist Chefsache

- Verantwortung und Vorbildfunktion der Top-Management-Ebene
- Kommunikationspflichten der Führungskräfte
- Transparenz beweisen

Praxisbeispiel ADAC

- Der Phasenverlauf vom ersten Schock bis zur Reformumsetzung
- Ein Blick auf Ursachen, Wirkungen und Maßnahmen
- Übertragbarkeit auf andere Organisationen

Strategien zur Krisenprävention

- Gemeinsam entwickeln wir ein Analyse-Sheet für Ihren Unternehmenskontext

2. TAG

Social Media

- Social Media ist eine neue Haltung, kein neuer Kanal
- Shitstorm: Die Macht von Sturmwellen im Netz
- Umgang mit öffentlicher Kritik
- Juristisch korrekt ist nicht immer kommunikativ klug

Unkluger Umgang mit Krisen: Worst Case Beispiele

- Analyse: Welche Fehler wurden gemacht?
- Wie hätte der Verlauf abgemildert werden können?
- Learnings: Welche Strategien lassen sich auf Ihr Unternehmen übertragen?

Better than before

- Beispiele, wo aus Krisen ein Imagegewinn erwachsen konnte
- Die Chance in der Krise
- Positive Aspekte einer Krise

Der Krisen-Kommunikationsfahrplan

- Wichtige Inhalts-Details von der privaten Handynummer des CEO bis zum Fragen- und Antwortenkatalog für Führungskräfte
- Plan B für technische Probleme

Glaubwürdigkeit und Vertrauen

- Das überzeugende Kurzstatement vor Publikum oder Kamera
- Vorbereitung eines Interviews
- Rhetorik, die Souveränität ausstrahlt und glaubwürdig wirkt
- Do's & Don'ts vor der Kamera

Krisen-Kommunikationsstrategie

- Einfluss der Krise auf geplante Strategie
- Notwendigkeit der Anpassung von Themenplänen
- Überarbeiten der Kernbotschaften

BEGRENZTE TEILNEHMERZAHL

Das Seminar ist auf 12 Teilnehmer begrenzt, um eine intensive und praxisorientierte Atmosphäre zu gewährleisten.

REFERENTEN

Susanne Westphal

Unternehmensberaterin, Autorin und Trainerin, SueWest Communications, Prien und Hamburg



Die 45-jährige Kommunikationsspezialistin und Autorin berät, coacht und schult Führungskräfte von Unternehmen wie Deutsche Post, Hamburger Hochbahn, Procter & Gamble, Lufthansa Technik und Wirtschaftsuni Wien. Davor leitete sie sieben Jahre lang die von ihr gegründete Preisagentur „preiswärter“ und leitete im Mobilfunkunternehmen QUAM die interne wie externe Unternehmenskommunikation.

Bisher hat sie vier Bücher veröffentlicht, unter anderem den Fachtitel „Unternehmenskommunikation in Krisenzeiten“. Sie etablierte diverse Netzwerke, unter anderem den „Round Table Unternehmenskommunikation“.

Susanne Westphal lebt mit ihrer Familie am Chiemsee.

Martin Fischer

*Leiter Personalmarketing und interne Kommunikation
Allgemeiner Deutscher Automobil Club e.V. ADAC, München
Freier Kommunikations-Trainer*



Sein Herz schlägt für die Einbindung von Mitarbeitern, klare Prozesse und eine strategische Ausrichtung der Arbeit. Seine ersten beruflichen Erfahrungen sammelte er bei Siemens, kurz vor Platzen der New-Economy-Blase. Als operative Führungskraft war er im Versicherungsumfeld und im Personalbereich tätig. Nebenbei engagiert er sich als Kommunikationstrainer und Moderator insbesondere in der innovativen Bildungsarbeit für junge Erwachsene.

In den letzten Jahren erlebte er als Leiter interne Kommunikation und Personalmarketing die Krise und die Umsetzung der Reform beim ADAC hautnah mit.

SEMINARHINWEIS

Am 26./27. April 2016 in München bieten wir das Seminar *Praxiswissen Interne Kommunikation* an. Sie begegnen im Rahmen dieser Praxis-Veranstaltung Mitarbeitern und Führungskräften, die sich für die Interne Kommunikation in ihrer Organisation verantwortlich zeigen.

KRISENKOMMUNIKATION INTERN

ANMELDEFORMULAR

TERMIN & SEMINARZEITEN

Mittwoch/Donnerstag, 6./7. April 2016

1. Tag: 10.00 – 17.30 Uhr · Registrierung ab 9.30 Uhr

2. Tag: 9.00 – 16.30 Uhr

VERANSTALTUNGSORT

Innside by Meliá München Parkstadt Schwabing

Mies-van-der-Rohe-Str. 10 · 80807 München

Tel.: 089/35408-0 · Fax: 089/35408-299

E-Mail: muenchen.schwabing@innside.de

Bitte berufen Sie sich bei Ihrer **Zimmerreservierung** stets auf die **Sonderkonditionen** des Abrufkontingents der AH Akademie für Fortbildung Heidelberg und beachten Sie, dass das Abrufkontingent **vier Wochen** vor dem Termin abläuft.

Seminar-Nr. 16 04 BY705 W


TEILNAHMEGEBÜHR

€ 1.290,- (zzgl. gesetzl. USt). Die Teilnahmegebühr beinhaltet gemeinsame Mittagessen, Seminargetränke, Pausenerfrischungen sowie die Dokumentation.

SONDERKONDITIONEN

Der zweite und jeder weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhält einen Rabatt in Höhe von 10 %.

AKADEMIE HEIDELBERG VERANSTALTUNGSTICKET

Reisen Sie günstig mit der Deutsche Bahn AG zum Seminar: Von jedem DB-Bahnhof – auch mit dem ICE! Weitere Informationen zu Preisen und zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung oder sofort unter www.akademie-heidelberg.de/bahn  **BAHN**

ANMELDEFAX 06221/65033-29

NAME

VORNAME

POSITION

FIRMA

STRASSE

PLZ / ORT

TEL.

FAX

E-MAIL

DATUM / UNTERSCHRIFT

**AH Akademie für Fortbildung
Heidelberg GmbH**

Maaßstraße 28
D - 69123 Heidelberg

Telefon 06221/65033-0
Telefax 06221/65033-69

anmeldung@akademie-heidelberg.de
www.akademie-heidelberg.de

11.15/1604BY705



SEMINARHINWEISE

Profi-Workshop: Texten

23./24. Februar 2016, Hamburg

Überzeugend und Erfolgreich im Unternehmen auftreten - Karriere-Strategien für Frauen

1./2. März 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main

Sicheres Auftreten im beruflichen Alltag

9./10. März 2016, Frankfurt/Main

Führen durch motivierendes Feedback - Mitarbeitergespräche zielgenau und empathisch führen

9./10. März 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main

Führen ohne Vorgesetztenfunktion

19./20. April 2016, München

Neu als Führungskraft

21./22. April 2016, München

Praxiswissen Interne Kommunikation

26./27. April 2016, München

Optimiertes Zeit- und Selbstmanagement

10./11. Mai 2016, Berlin

Crossmediales Storytelling

1./2. Juni 2016, München

ÜBER UNS

Das Team der Akademie Heidelberg ist mit über 20-jähriger fundierter Erfahrung als Ihr Partner in Sachen gezielter Fort- und Weiterbildung tätig.

Speziell für Sie selektieren wir in einem komplexen wirtschaftlichen Umfeld die wichtigen und entscheidenden Informationen und setzen sie in exakt auf Ihren Bedarf zugeschnittenen Veranstaltungen zielführend um.

Von anerkannten Experten aus Wirtschaft, Forschung und Politik erhalten Sie schon heute das Wissen von morgen – und das stets komprimiert, praxisnah und aktuell! Damit halten Sie Ihr Wissen up-to-date und verschaffen sich dauerhaft Wettbewerbsvorteile. Insbesondere in einer Zeit, die geprägt ist von hoher Dynamik, steigendem Wettbewerb und zunehmendem Zeitdruck ist dieses Mehr an Wissen für Ihren Erfolg entscheidend!

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer ist sofort nach Erhalt der Rechnung zur Zahlung fällig. Stornierungen von Buchungen sind bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- (zzgl. gesetzl. USt) möglich; bis 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn werden 50 % der Teilnahmegebühr, danach wird die volle Teilnahmegebühr fällig. Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist zu jedem Zeitpunkt kostenfrei möglich. Die Kombination von Rabatten ist ausgeschlossen. Bei Absagen durch den Veranstalter wird die gezahlte Gebühr voll erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Heidelberg.

NOCH FRAGEN? GERNE!



Für Fragen zum Praxis-Seminar **Krisenkommunikation intern** und unserem weiteren Programm stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Dipl.-Kfm. Michael Klug, Tel.: 06221/65033-20
e-Mail: m.klug@akademie-heidelberg.de