

Seminarankündigung

„Issues Management und Krisenkommunikation“

Dozent: Professor Dr. phil. Markus Kiefer

Termine: Donnerstag/Freitag/Samstag, 15.-17. Mai 2025 und Donnerstag/Freitag/Samstag, 22.-24. Mai 2025 (jeweils Do 14 – 18 h, Fr 10 – 18 h, Sa 10 – 14 h)

Das Seminar im Blockformat stellt zwei wesentliche Aufgabenfelder einer modernen Unternehmenskommunikation bzw. Kommunikationsmanagements in den Mittelpunkt und schafft eine Verbindung zwischen beiden Disziplinen.

Beim Issues Management identifizieren Unternehmen potentielle Themen und Entwicklungen, die bedeutsam sind für den Bestand und die Fortentwicklung der Organisation. Dieses betrifft Chancen wie Risiken. Es gilt, die richtigen Themen frühzeitig zu identifizieren, zu priorisieren, zu monitoren und dann kommunikativ zu managen. Dies schafft einerseits Zusammenhänge zum Agenda Setting und Agenda Surfing der Organisation und hat andererseits Bezüge zum Stakeholdermanagement und zur Kampagnen-Konzeption.

Zugleich wird das Issues Management Bestandteil einer zeitgemäßen Krisenkommunikation – und zwar in einer frühen Phase (Prävention). Eine ganzheitliche Krisenkommunikation ist dann Bestandteil des zweiten Seminarblocks. Gravierende Krisen können Unternehmen gefährden, im Extremfall in ihrem Bestand. Der Siegeszug von Social Media hat die entsprechenden Dynamiken noch einmal verschärft. Wir unterscheiden verschiedene Krisen-Arten, Krisen-Phasen und nehmen Erfolgs-Prinzipien einer guten Krisen-PR in den Blick. Kommunikative Krisen-Reaktions-Strategien in der akuten Krisenkommunikation werden dabei ebenso behandelt wie die Herausforderungen durch Shitstorms und die Anforderungen an öffentliche Entschuldigungen.

Methode: Theorie-Impulse entlang des Skripts, Fallbeispiele, Cases, Gruppenarbeit, Lehrvideos, Ergänzung durch Gastvorträge von Experten aus der Kommunikations-Praxis

Prüfungsleistung: Schriftliche Zusammenfassung eines wissenschaftlichen Artikels mit Anschluß-Reflexion (Fachzusammenhänge, Praxistransfer)

Basisliteratur:

Ansgar Zerfaß, Manfred Piwinger, Ulrike Röttger (Hg.). Handbuch Unternehmenskommunikation, Springer Gabler, 3. Aufl. Wiesbaden 2022

Jana Wiske (Hg.), Krisenkommunikation komplex, Herbert von Halem Verlag, Köln 2020

Annika Schach/Jana Meißner (Hg.), Professionelle Krisenkommunikation, Basiswissen, Impulse und Handlungsempfehlungen für die Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden 2019

Hektor Haarkötter (Hg.), Shitstorms und andere Nettigkeiten. Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media, NOMOS, Baden-Baden 2016

Ansgar Thießen, (Hg.). Handbuch Krisenkommunikation, Springer Gabler, Wiesbaden 2014

Markus Kiefer, Neue Potenziale für die Krisenkommunikation von Unternehmen. Social Media und die Kommunikation von großen Infrastrukturprojekten, MA Akademie Verlags und Druckgesellschaft, Essen 2014