

25. Oktober 2018

#MeToo, Nord Stream 2 und Trojaner im OP – Rund 200 Pressesprecher und Krisenmanager treffen sich zum Krisenkommunikationsgipfel 2019 in Köln

Köln / Kiel – Egal ob #MeToo, Causa Özil oder Dieselgate – oft reicht ein einzelner Hashtag oder Begriff aus, um eine über Jahre aufgebaute Reputation schwer zu beschädigen und eigentlich unbeteiligte Institutionen mit in die Skandalisierung hineinzuziehen. Wie es Pressesprechern und Krisenmanagern gelingt, kritische Situationen professionell zu bewältigen und das Vertrauen in die eigene Institution zu stärken, zeigt der Krisenkommunikationsgipfel 2019 in Köln. Auf Einladung des Krisennavigator - Institut für Krisenforschung, ein „Spin-Off“ der Universität Kiel, beraten am Mittwoch, 20. März 2019, rund 200 Kommunikationsmanager und Krisenbeauftragte einen Tag lang über aktuelle Trends in der Krisenkommunikation, im Krisenmanagement und im Krisentraining.

14 namhafte Referentinnen und Referenten von Eurowings, Covestro, der Deutschen Bischofskonferenz, dem Deutschen Fußball-Bund, Nord Stream 2, den Städtischen Kliniken Neuss, der Max-Planck-Gesellschaft, dem Westdeutschen Rundfunk, der Süddeutschen Zeitung, der WirtschaftsWoche, Höcker Rechtsanwälten, dem Hessischen Rundfunk, der Polizei Köln und Straßenbau Nordrhein-Westfalen schildern in Fallstudien, Impulsvorträgen und einer Podiumsrunde ihre Erfahrungen mit der Kommunikation in schwierigen Zeiten.

Matthias Eberle von Eurowings erläutert, wie die Fluggesellschaft kritische Themen kommuniziert und Reputationspolster nutzt. Ulrich Lissek verdeutlicht, wie Nord Stream 2 die projektbegleitende Kommunikation mit nationalen und internationalen Anspruchsgruppen koordiniert. Christoph Hammerschmidt berichtet, wie der Hessische Rundfunk seine Krisenkommunikation im Lichte von Shitstorms, Hate-Speech und Fake-News organisiert, und Wolfgang Baldes gewährt Einblicke in die Kommunikationsarbeit der Polizei Köln bei Großveranstaltungen und besonderen Lagen.

Kommunikationsstrategien gegen den Reputationsverlust

„Immer neue Hashtags sorgen für viel Arbeit in den Redaktionen und Kommunikationsabteilungen. Oft zu Recht, manchmal aber auch zu Unrecht, werden bestimmte Fälle sehr früh mit einem Label versehen und eine über Jahre aufgebaute Reputation schwer beschädigt“, sagt Gipfel-Initiator Frank Roselieb, geschäftsführender Direktor des Krisennavigator – Institut für Krisenforschung, ein "Spin-Off" der Universität Kiel. Wie Kommunikationsverantwortliche Hashtag-Skandalisierungen bewältigen können und welche Verantwortung Journalisten in ihrer Skandalberichterstattung übernehmen, diskutiert der Krisenforscher in einer Podiumsrunde mit den Kommunikationsmanagern Dr. Christina Beck (Max-Planck-Gesellschaft) und Ingrid Schmitz (WDR), den Journalisten Charlotte Theile (Süddeutsche Zeitung) und Harald Schumacher (WirtschaftsWoche) sowie mit dem Marken- und Medienrechtsanwalt Prof. Dr. Ralf Höcker (Höcker Rechtsanwälte).

Der Krisenkommunikationsgipfel 2019 ist das mittlerweile 29. Gipfeltreffen des Kieler Krisennavigator. Er richtet sich an Kommunikationsverantwortliche und Pressesprecher, Führungskräfte und Krisenmanager, Medienrechtsanwälte und Wissenschaftler aus Unternehmen, von Behörden, Verbänden, den Medien und der Politik. Veranstaltungspartner des diesjährigen Branchengipfels sind die Berufs- und Branchenverbände Deutsche Gesellschaft für Krisenmanagement e.V. (DGfKM) und de'ge'pol - Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. Als Medienpartner unterstützen den Krisenkommunikationsgipfel 2019 die Fachzeitschrift „Krisenmagazin“ und der Online-Dienst „PR Journal“.

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.krisenkommunikationsgipfel.de

Pressefotos: Tagungsankündigung: www.ifk-kiel.de/krisenkommunikationsgipfel/cover.jpg
Tagungsort: www.komed.de
Tagungsleiter: www.ifk-kiel.de/pressefotos.html

Pressekontakt: Frank Roselieb (Tagungsleitung)
Telefon: +49 (0)431 907 - 26 10
E-Mail: roselieb@ifk-kiel.de

Diese Pressemitteilung ist als Volltext abrufbar unter www.krisennavigator.de/presse