
Krisenkommunikation

Seminar Unternehmenskommunikation

Florian Fleischer/Franziska Wiesner

FS 2012

Inhalt

1. Einführung
 2. SCCT (Coombs 2007)
 3. Ethical Rationality for Crisis Response (Snyder et al 2006)
 4. Synthese
-

1. Einführung

Hildebrand: «Ich bedaure, was passiert ist»

Donnerstag, 5. Januar 2012, 16:30 Uhr, Aktualisiert 17:50 Uhr

Nationalbank-Präsident Philipp Hildebrand will im Amt bleiben. Er wehrt sich vehement gegen die erhobenen Vorwürfe des Insiderhandels. «Weder ich noch meine Familie haben unzulässige Transaktionen vorgenommen. Es erfolgte kein Missbrauch.» Hildebrand bedauert aber die Dollar-Transaktion.



Hildebrand: Ich habe keine Verfehlung begangen.



1. Einführung: Forschungsrichtungen

- Relevanzgewinn der Krisenkommunikationsforschung
- Forschungsrichtungen:
 - Institutionell orientierte Krisenkommunikationsforschung
 - Instrumentell orientierte Krisenkommunikationsforschung
 - Symbolisch-relational orientierte Krisenkommunikationsforschung

(Löffelholz/Schwarz: 2008)

2. SCCT



Abb. 1: SCCT (eig. Darstellung n. Coombs 2007: 165)

2. SCCT: Crisis response strategies

■ Deny crisis response strategies

1. Attack the accuser
2. Denial
3. Scapegoat

■ Diminish crisis response strategies

1. Excuse
2. Justification

■ Rebuild crisis response strategies

1. Compensation
2. Apology

■ Bolstering crisis response strategies

1. Reminder
2. Ingratiation
3. Victimimage

3. Ethic Rationality and crisis response

- Von Ethik und Rationalität getriebene Reaktion auf Ereignisse
- Strategisch orientierte ethische Rationalität zur Krisenbewältigung
- ZIEL: Ethisch rationale firmen treffen schnelle, informierte und ethisch-reflexive Entscheidung unter Berücksichtigung aller Stakeholder

Rationalität der Strategische Entscheidungsfindung	Ethik in der Strategie
<ul style="list-style-type: none">• Rationalität = Fähigkeit zur Entscheidungsfindung auf Basis umfangreicher Informationen und Analysen• Indikatoren: Planungsausmass, Alternativen-Generierung etc.• Rationalität als Voraussetzung für Leistung	<ul style="list-style-type: none">• Stakeholder-Approach: Firmen müssen die Interessen aller Anspruchsgruppen berücksichtigen• Stakeholder-Interessen haben einen intrinsischen Wert → Rationalität• Angewandte Ethik als Kern der Unternehmensstrategie

3. 2x2 Crisis typology

		Frequency	
		normal	abnormal
Distance to the centre of gravity	internal	<ul style="list-style-type: none"> • Antizipation möglich • Vor der Krise ist Scanning & Analyse <i>in grossem Ausmass</i> möglich 	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation einzelner Krisen-Anzeichen (da intern entwickelnd) • Vor der Krise ist Scanning & Analyse <i>kaum</i> möglich
	external	<ul style="list-style-type: none"> • Antizipation möglich • Vor der Krise ist Scanning & Analyse <i>nur sehr beschränkt</i> möglich (da extern entwickelnd) 	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Antizipation möglich • Vor der Krise <i>kein</i> signifikantes Scanning & Analyse möglich

3. Die ethische „optimale“ Krisenbewältigung

- Verständnis für Stakeholder-Bedürfnisse als integraler Bestandteil der strategischen Entscheidungsfindung
- Regelmässiger Gebrauch eines ethischen Pluralismus
- Simultane Erarbeitung verschiedener Lösungsansätze
- Routinemässiges Trainieren von Entscheidungsprozessen

4. Synthese

Situational Crisis Communication Theory (SCCT)	Ethik Rationality for crisis response
Fokus auf Framing der Krise und «Reputational Assets»	Fokus auf das Sicherstellen ethisch rationalen Handelns
Stakeholder = Reputations-Reservoir und potentielle Gefahr	Stakeholder = intrinsisch wertvoll
Stützt sich auf Attributionstheorie (Ethik anerkannt aber ausgeklammert)	Stützt sich auf Stakeholder-Theorie und angewandte Ethik
Output-Fokus («how stakeholders will respond»)	Input-Fokus («how to prepare»)
Anwendungsfokus «crisis response strategies»	Auch retrospektiv-analytisch («judge an organizations ethical integrity»)
Stützt sich auf experimentelle Studien	Stützt sich vornehmlich auf Fallstudien

Herzlichen Dank für eure
Aufmerksamkeit!

Fragen?

4. Literatur

- Coombs, W. Timothy (2004): Impact of past crises on current crisis communication. Insights from Situational Crisis Communication Theory. In: Journal of Business Communication 41, H 3, S. 265-289.
- Coombs, W. Timothy (2007): Protecting organization reputations during a crisis. The development and application of Situational Communication Theory. In: Corporate Reputation Review 3, H 10, S. 163-176.
- Löffelholz, Martin/Schwarz, Andreas (2008): Die Krisenkommunikation von Organisationen. Ansätze, Ergebnisse und Perspektiven der Forschung. In: Nolting, Tobias/Thiessen, Ansgar (Hrsg.): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven der Krisenkommunikation. Wiesbaden, S. 21-35.
- Nolting, Tobias/Thiessen, Ansgar (2008): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. In: Nolting, Tobias/Thiessen, Ansgar (Hrsg.): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Potenziale und Perspektiven der Krisenkommunikation. Wiesbaden, S. 9-18.
- Snyder, Peter/Hall, Molly/Robertson, Joline/Jasinski, Tomasz/Miller, Janice S. (2006): Ethical rationality. A strategic approach to organizational crisis. In: Journal of Business Ethics 63, H 4, S. 371-383.