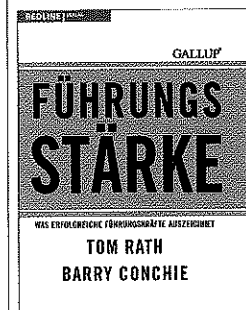
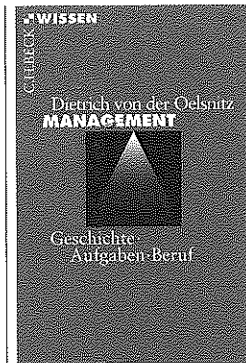


Krisenkommunikation

Ob die Schließung des Bochumer Nokia-Werks oder der Überwachungsskandal bei Lidl – in beiden Fällen folgten aus einer Unternehmenskrise massive Reputationschäden und Vertrauensverluste. Mit diesem Buch wollen die Autoren zeigen, dass ein guter Umgang mit Unternehmenskrisen eine perfekte Vorbereitung voraussetzt. Das Buch startet mit Überlegungen zum Stellenwert von Unternehmenskommunikation im 21. Jahrhundert sowie zu den Begrifflichkeiten von Krise und Krisenkommunikation. Im Weiteren werden zentrale Einflussfaktoren wie Objektivität und Glaubwürdigkeit von Medien und Unternehmen diskutiert. Vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Erkenntnisse und praktischer Erfahrungen dreht sich im zentralen fünften Kapitel alles um das sogenannte „Perception-Management“, also die Selbst- und Fremdwahrnehmung von Unternehmen. Ein Interview mit Vertretern des Unternehmens Vattenfall rundet die Betrachtungen ab.

Die Autoren raten Unternehmen, bereits im Vorfeld Handlungsmöglichkeiten für jedes relevante Krisen-Szenario durchzuspielen. Darüber hinaus sollten die fünf Kernbotschaften der Krisenkommunikation (Wir haben ein Problem. Wir haben dies erkannt. Wir arbeiten daran. Wir sind kompetent in der Problemlösung. Wir informieren umfassend.) bekannt sein und auch während eines akuten Krisenfalls beherzigt werden.

Ralf Hering / Bernd Schuppener / Nina Schuppener: **Kommunikation in der Krise**. Einsichten und Erfahrungen. Haupt Verlag, Bern, 2009, 188 Seiten, € 29,90 ISBN 978-3-258-07484-9



Unternehmensethik

Christian-Rainer Weisbach und Petra Sonne-Neubacher widmen sich in ihrem Leitfaden den zentralen Aspekten wirtschaftsethischen Handelns. Dabei schärfen sie den Blick für die Zusammenhänge, die in einem Unternehmen bedeutsam sind, aber auch für die Rolle, die dem einzelnen Mitarbeiter zufällt. Quasi als theoretischen Überbau definieren die Autoren, die auch als Coachs und Trainer tätig sind, recht anschaulich zentrale Begrifflichkeiten wie Ethik, Moral, Werte und Vision. Praktische Übungen, die zur Selbstreflexion einladen, konkrete Beispiele und Auszüge aus Coaching-Gesprächen sorgen dafür, dass diese Themen verständlich und klar beim Leser ankommen. Die weiteren Kapitel dienen der Umsetzung in die Praxis. Es wird beispielsweise beschrieben, wie man Regeln psychologisch sinnvoll, zielführend und frei von Widersprüchen gestaltet. Dazu verweisen die Autoren auch auf den Stellenwert von Vertrauen und Kontrolle im Unternehmensalltag. Das letzte Kapitel ist der Integrität im Geschäftsleben gewidmet.

Für die beiden Verfasser klafft in der Unternehmenspraxis häufig eine Lücke zwischen den postulierten Unternehmenswerten und ihrer ethisch orientierten Umsetzung. Diese Diskrepanz lasse sich erst schließen, „wenn man die einzelnen Werkzeuge zueinander in Beziehung setzt und ihre Inhalte aufeinander aufbaut“.

Christian-Rainer Weisbach / Petra Sonne-Neubacher: **Unternehmensethik in der Praxis**. Vorgaben und Richtlinien sinnvoll und zielführend umsetzen. Verlag C. H. Beck, München, 2009, 213 Seiten, € 14,90 ISBN 978-3-406-58736-8