

Rezensionen von Buchtips.net

Arnd Joachim Garth: Krisenmanagement und Kommunikation

Buchinfos

Verlag: [Gabler Verlag \(weitere Bücher von diesem Verlag zeigen\)](#)
Genre: [Sachbuch](#)
ISBN-13: 978-3-8349-0948-0 ([bei Amazon.de bestellen](#))
Preis: 59,99 Euro (Stand: 06. Mai 2025)

Klare Worte statt nebulöser Verschleierung

Ein klares Wort in knapper, präziser Form von offizieller Seite, bei wie vielen Krisen und unklaren Situationen hätte man sich das nicht gewünscht? Gerade hoch aktuelle Krisen wie im Blick auf Shell vor der Küste Amerikas oder die Finanzkrise verdeutlichen, wie wichtig das Beherrzigen der Kernaussagen des Buches von Arnd Joachim Garth wäre.

Leider nur wäre. Denn was wir im Buch im Blick auf die Gestaltung von Aussagen jedweder Form und den, letztlich auch ethischen Hintergrund der Aufrichtigkeit ebensolcher Aussagen lesen können, erleben wir in der Öffentlichkeit tatsächlich nur selten.

Im Bereich des Krisenmanagements ist in den letzten Jahren eine ganze Reihe thematisch hochwertiger Literatur erschienen, "Die Unternehmenskrise als Chance" von Bickhoff und Blatz sei hier nur genannt. Im Betrachten von Krisen zum einen als massive Störung von Abläufen, zum anderen aber auch als Chance der Krisenbewältigung und Restrukturierung setzt Arnd Joachim Garth seinen Schwerpunkt in den Bereich der Krisenkommunikation. "Die richtige Kommunikation in der Krise ist von zentraler Bedeutung".

Ein vernachlässigter Bereich, der, nicht nur anhand seiner vielen Beispiele nachvollziehbar sich als Manko in Krisenzeiten darstellt, sondern, wie erwähnt, schon durch die eigene, einfache Beobachtung des Krisenmanagements unserer Tage deutlich im Blick ist.

"Schweigen in kritischen Momenten bedeutet, Krisen zu schaffen" (zumindest aber, beginnende oder bestehende Krisen zu verschärfen). Das Ziel der Krisenkommunikation nach Garth ist es demzufolge, im besten Falle innerlich und formal gut vorbereitet, den Vertrauensverlust und mögliche Imageeinbußen zu begrenzen, sowie durch eine klare, aufrichtige Kommunikation Medien, Kunden und Öffentlichkeit eindeutig zu informieren, quasi "mit ins Boot zu nehmen".

Mit seinem Buch gibt er für alle denkbaren Bereiche notwendiger Kommunikation in Krisenmomenten hilfreiche Instrumente an die Hand.

In jedem Kapitel verdeutlicht Garth anhand von mannigfaltigen Beispielen, oft mit einem humorvollen Unterton, und im Blick auf den jeweiligen Forschungsstand der Kommunikationstheorie die verschiedenen Elemente und Anwendungsbereiche der Krisenkommunikation. Der Umgang mit Journalisten (auch diese sind Kunden) über die Statement Technik (3 und 5gliedrig) hin zu Interviewvorbereitungen und der Nutzung des Internets als Kommunikationsplattform auch in Krisenzeiten wird in überschaubarer und verständlicher Form behandelt. Für alle Bereiche liegen im Buch gelungene Zusammenfassungen und Praxishilfen vor. Ergänzt werden diese konkreten Handlungshilfen durch einen Blick auf das, was in der Kommunikation allgemein passiert und wie diese Strukturen von Kommunikation sinnvoll für eine Krisenkommunikation genutzt werden können.

Das Krisenkommunikation in dieser Form ein tatsächliches und wesentliches "Markenschutzinstrument" ist, ist nach der Lektüre des Buches einwandfrei ersichtlich. Dass eine solche Kommunikation (und Krise) eine Nachbereitung braucht ist sicher allgemein offenkundig, dass aber auch eine gründliche Vorbereitung der Kommunikation und der Kommunikationsstrukturen eine ebenso gründliche Vorplanung benötigt, um effektiv im Krisenfall greifen zu können, gut, dass dies hier ausführlich gewürdigt und erläutert wird.

Abgerundet wird das Buch durch eine ausführliche Checkliste der Krisenkommunikation, in der alle Erkenntnisse des Buches aufgenommen sind und die ein probates Mittel an die Hand gibt, die eigene Kommunikation geschärft vorzubereiten und im Fall der Fälle umzusetzen.

Arnd Joachim Garth lässt auf jeder Seite erkennen, dass Kommunikation sein tägliches Geschäft als Trainer ist, er macht allerdings ebenso keinen Hehl aus seiner ethischen Verwurzelung.

Eine klare, eindeutige und hilfreiche Kommunikation kann nur gelingen, wenn Aufrichtigkeit und Glaubwürdigkeit zu einem Ziel dieser Kommunikationsformen sind und auch als Grundlage des Handelns vorliegen. (Vielleicht wird deswegen so wenig der beschriebenen Techniken in der Öffentlichkeit unserer Tage angewandt, weil die Motive eben nicht aufrichtig und glaubwürdig wären und daher nichts anderes bleibt außer die Nutzung von Worten zur Vernebelung?)

Die je vorweggestellten Zitate sind überaus treffend ausgewählt und dienen so nicht nur einer Eröffnung des jeweilig behandelten Themas, sondern helfen auch, das jeweilige Kapitel in einem Kernsatz je innerlich zu verankern.

Das Buch ist ein hervorragendes Instrument, die eigene Unternehmenskommunikation und den Umgang mit Krisen konstruktiv zu gestalten und damit die Krise zu bearbeiten, statt sie nur passiv zu erleiden. In Form und Inhalt auch ein ganz allgemeiner und leicht verständlicher Erkenntnisgewinn für die Betrachtung öffentlicher Kommunikation in Krisenzeiten.

8 von 10 Sternen

Vorgeschlagen von [Lesefreund](#)
[30. Mai 2010]