

Unternehmenskrisen sind schlagzeilenträchtig. Medien greifen neben Themen wie Umweltkrisen und Branchenskandalen oft auch interne Probleme einzelner Unternehmer oder Firmen auf. Wie sollte ein Unternehmen in einer solchen Ausnahmesituation seine Informationspolitik darauf abstimmen? Diesen Fragen ging die Veranstaltungsreihe mediengespraech@kreuzer beim vierten Informationstreff für Vertreter aus Wirtschaft und Medien der Metropolregion Nürnberg nach. Gisela Goblirsch, ehemalige Journalistin der Süddeutschen Zeitung und seit zehn Jahren Beraterin und Trainerin für Krisenkommunikation, referierte



auf Einladung der Veranstalter und Gastgeber, Günther Kreuzer und Sabine Liberty. „Das multimediale Zeitalter macht es mittlerweile möglich, dass Nachrichten die Öffentlichkeit via Internet-Communitys, Blogs und Twitter bereits in Echtzeit erreichen“, verdeutlichte Gisela Goblirsch. „Kommunikationsschwächen können daher in der Öffentlichkeit schwerer wirken als der eigentliche Krisenauslöser. Sorgfältig darauf abgestimmte Krisenkommunikation ist deshalb nötig.“

Die Gastgeber Günther Kreuzer und Sabine Liberty (r.) mit Gisela Goblirsch, ehemalige Journalistin der Süddeutschen Zeitung.