

## Muster Ablauf publizistischer Krisen

1. Ein Unternehmen gerät unter Druck der Öffentlichkeit.
2. Das Image steht auf dem Spiel.
3. Die Krise wirkt sich auf die Kunden und das Produkt aus.
4. Eine vermutete Krise ist für Journalisten eine Herausforderung oder gar ein "gefundenes Fressen".
5. Medien, Bürgerinitiativen, Mitarbeiter, Nachbarn oder Geschäftsfreunde können die Krise intensivieren.
6. Journalisten suchen Primärnachrichten direkt vor Ort, in den Entscheidungszentren des Unternehmens.
7. Normale Nachrichten, Fehlermeldungen oder Abweichungen mutieren plötzlich vom "leisen Wispern" zum "big bang".
8. Der interne und externe Druck wächst: Gerüchte, Spekulationen tauchen auf.
9. Ein negatives Reizwort kann einen gewaltigen Wellenschlag auslösen.
10. Widersprüche werden provoziert und es wird oft alles unternommen, um allfällige Zweideutigkeiten zu finden.