

Gabriela Maria Biesiadecka

Krisenpräventives Kommunikations- management am Flughafen

Ein Modell der Public Relations
für den erfolgreichen Umgang
mit Krisen

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Jürg Häusermann

VS RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	7
Vorwort	9
Tabellenverzeichnis	19
Einleitung: Airport-Transformationen und Kommunikationskrisenprävention	21
I Allgemeiner Teil: Krisenprävention und Kommunikationsmanagement .	27
1 Konzeption der vorliegenden Studie: Problemstellung, Zielsetzung, Aufbau und Methodik	29
1.1 Problemstellung	29
1.2 Aufbau	29
1.2.1 Theoretischer Teil	30
1.2.2 Praktischer Teil-	32
1.3 Operationalisierung des Modells des krisenpräventiven Kommunikationsmanagements	33
1.3.1 Datenerhebung	33
1.3.2 Systematisierung der Rechercheergebnisse, Schlussfolgerungen und Zusammenfassung	34
2 Kommunikationskrisenprävention im weiteren Sinne	35
3 Corporate Identity versus Corporate Image aus der krisenpräventiven Perspektive	41
3.1 Corporate Identity und Corporate Image	41
3.1.1 Kommunikationskrisenprävention und Corporate Culture	42
3.1.1.1 Risikobewusstsein und Sensibilisierung gegenüber Krisen	43
3.1.1.2 Transparenz und Offenheit	44
3.1.1.2.1 Abbau von „Überinformation“ und Erkennung der Erwartungen von Teilöffentlichkeiten	47

3.1.1.3	Corporate Sustainability – Nachhaltigkeit im Unternehmen	48
3.1.2	Corporate Design	50
3.1.2.1	Bildkommunikation: Piktogramme	51
3.1.3	Kongruenz zwischen Corporate Identity und Corporate Image	52
3.1.3.1	Diskrepanzen zwischen Selbstbild und Fremdbild als Krisenfaktor	52
3.1.3.2	Mehrdimensionalität des Images	54
3.1.3.3	Modifikationen im Bereich der Corporate Identity	55
3.2	Corporate Communication – Identitätsorientierte Unternehmenskommunikation	56
3.2.1	Corporate Communication	56
3.2.2	Corporate Communication und die Nachhaltigkeit des Unternehmens	57
3.2.3	Kommunikationskrisenprävention und die Funktionen der Kommunikation	58
3.2.3.1	Organisationsorientierte Ansätze	60
3.2.3.2	Gesellschaftsorientierte Ansätze	61
3.2.3.2.1	Das Modell der Verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit (VÖA)	62
3.2.3.2.2	Das situative Modell exzellenter Public Relations	63
3.2.3.3	Integrative Ansätze	64
3.3	Folgerungen zu den Präventionsprinzipien in Bezug auf die Corporate Identity: Corporate Culture, Corporate Design und die Funktionen der Kommunikation	65
4	Kommunikationskrisenprävention und die Krise im Unternehmen	67
4.1	Ambivalenz und Steuerbarkeit der Krise	68
4.2	Temporales und integrierendes Verstehen der Krise	71
4.3	Typologien der Krisen	73
4.3.1	Differenzierung der Krisen nach Vorkommensfeldern: Strukturelle Krise, Kommunikationskrise, Medienkrise	74
4.3.2	Einteilung der Krisen nach krisenpräventiven Kriterien	78
4.4	Risiken und die Kommunikationskrisenprävention im weiteren Sinne	80
4.5	Folgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf die Krise	82
5	Die Kommunikationsformen unter dem Aspekt der Krisenprävention	85
5.1	Informationsvermittlung versus Informationsaustausch	85
5.2	Ein kybernetisches Kommunikationskonzept	89
5.3	Alternative Verfahren: Mediation	90

5.4	Individual- und Massenkommunikation: Interaktivität	92
5.5	Folgerungen: Präventionsprinzipien bezüglich der Kommunikationsformen	95
6	Kommunikationskrisenprävention und (Kommunikations-) Management des Unternehmens	97
6.1	Exekutives Management	98
6.2	Dispositives Management	100
6.3	Folgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf das Management des Unternehmens	101
7	Die PR-Abteilung und die Kommunikationskrisenprävention ..	103
7.1	Integrierte Kommunikation	104
7.2	Der Status der Public Relations im Unternehmen und die Kommunikationskrisenprävention im weiteren Sinne	110
7.3	Folgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf die integrierte Kommunikation und den Status der Public Relations im Unternehmen	113
8	Kommunikationskrisenprävention und die Bezugsgruppen des Unternehmens	115
8.1	Das Stakeholder-Konzept	115
8.2	Die Theorie der situativen Teilöffentlichkeiten	118
8.3	Folgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf die Bezugsgruppen des Unternehmens	120
9	Das Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Krisenprävention	123
9.1	Zum Begriff der Kommunikationsverfahren	124
9.1.1	Risiko-, Issues-, Konflikt-, Katastrophen- und Beschwerdemanagement als Bestandteile der krisenpräventiven Kommunikationsverfahren	125
9.1.2	Medienarbeit	127
9.2	Instrumente der Kommunikationskrisenprävention	130
9.3	Einteilung der Kommunikationsverfahren und Instrumente nach den Präventionsarten	131
9.3.1	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der antizipativen Prävention	131
9.3.2	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der Vorbereitungsprävention	133

9.3.2.1	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der Discovery-Prävention	133
9.3.2.2	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der Case-Prävention	135
9.3.2.3	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der Standardprävention	135
9.3.3	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der aktiven Prävention	136
9.3.4	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der Nachkrisenprävention	137
9.3.4.1	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der optimierten Prävention	137
9.3.4.2	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der Endprävention	139
9.3.4.3	Kommunikationsmaßnahmen und -methoden und das Instrumentarium der modifizierten Prävention	140
9.4	Die Umsetzung eines Kommunikationskrisenabwehrplans in der akuten Krisenphase	141
9.5	Folgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium	144

II. Spezieller Teil: Kommunikationskrisenprävention an Flughäfen

10	Corporate Identity des Flughafens und die Kommunikationskrisenprävention im weiteren Sinne	149
10.1	Corporate Culture am Flughafen	149
10.1.1	Corporate Sustainability am Flughafen	152
10.1.1.1	Ökologische Dimension der Airport-Nachhaltigkeit	154
10.1.1.2	Ökonomische Dimension der Airport-Nachhaltigkeit	157
10.1.1.3	Soziale Dimension der Airport-Nachhaltigkeit	158
10.1.2	Risikobewusstsein und Krisensensibilisierung am Flughafen	161
10.1.3	Transparenz und Berücksichtigung der Airport-Bezugsgruppen	165
10.2	Das Erscheinungsbild des Airports	169
10.2.1	Bildkommunikation: Einsatz von Piktogrammen in den Kommunikationskonzepten des Airports	174
10.2.1.1	Piktogramm-Informationskampagne am Flughafen Düsseldorf	175
10.2.1.2	Piktogramm-Corporate-Design des Flughafens Köln/Bonn	176
10.3	Übereinstimmung zwischen Soll- und Ist-Image des Airports	177
10.3.1	Modifikation und Planung der Airport-Corporate-Identity	177

10.4	Airport-Kommunikation nach den integrativen Ansätzen	179
10.4.1	Funktionen der Airport-Kommunikation und mehrdimensionales Image	179
10.4.2	Krisenaus tragende Funktion der Kommunikation	182
10.5	Schlussfolgerungen zu den Präventionsprinzipien der Corporate Identity des Flughafens	185
11	Krisen am Flughafen	189
11.1	Ambivalenz der Airport-Krisen	189
11.1.1	Offener Umgang mit Informationen über Krisen	189
11.1.2	Airport-Krise als „Radar“ und ihre Steuerbarkeit	191
11.2	Prozessuales und integrierendes Verstehen der Krisen am Flughafen	195
11.2.1	Risiko als potentielles Stadium der Flughafen-Krisen	195
11.3	Typologisierungen der Krisen	198
11.3.1	Vorkommensfelder der Risiken	198
11.3.1.1	Risiken, die kommunikative Krisen am Flughafen generieren	198
11.3.1.2	Risiken, die Medienkrisen am Flughafen generieren	200
11.3.1.3	Risiken, die strukturelle Krisen am Flughafen generieren	202
11.3.1.4	Risiken, die Krisen in der akuten Phase generieren	204
11.3.2	Krisenarten und die Kommunikationskrisenprävention	205
11.3.2.1	Interne und externe Krisen	206
11.3.2.2	„Erwartete“ Krisen	206
11.3.2.3	Sich entwickelnde Krisen, plötzliche Krisen und wiederkehrende Krisen	207
11.3.2.4	Andauernde und kurze Krisen	207
11.4	Schlussfolgerungen: Krisen am Flughafen	208
12	Komplexität der Erweiterung von Airport-Kapazitätsgrenzen – Berücksichtigung der relevanten Faktoren aus kommunikativer Sicht	211
13	Formen der Kommunikation am Airport und die Krisenprävention	217
13.1	Informationstransfer: Informationsvorleistungen des Flughafens	217
13.2	Rückkopplung der Informationen seitens des Flughafens und die Position des aktiven Rezipienten	223
13.3	Dialogkonzeptionen am Flughafen	226
13.3.1	Mediationsverfahren des Flughafens Frankfurt – das „Pionierverfahren“ zur Problematik des Flughafenausbaus	226
13.3.1.1	Bewertung des Mediationsverfahrens am Flughafen Frankfurt bezüglich der krisenpräventiven Wirkung der Kommunikation	232

13.3.2	Mediationsverfahren Flughafen Wien-Schwechat	235
13.3.2.1	Bewertung des Mediationsverfahrens am Flughafen Wien bezüglich der krisenpräventiven Wirkung der Kommunikation	240
13.3.3	Der Nachbarschaftsbeirat des Flughafens München	244
13.3.3.1	Bewertung der krisenpräventiven Wirkung des Nachbarschaftsbeirats des Flughafens München	246
13.4	Schlussfolgerungen: Präventionsprinzipien bezüglich der Kommunikationsformen des Airports und der Mediationsverfahren .	248
14	(Kommunikations-)Management des Flughafens und die Kommunikationskrisenprävention	251
14.1	Exekutive Prozesse am Flughafen	251
14.2	Dispositive Prozesse am Flughafen	255
14.3	Integrierte Kommunikation des Airports	256
14.4	Status der Public-Relations-Vertretung am Flughafen	260
14.4.1	Die Position der Public Relations in der organisatorischen Struktur des Flughafens	261
14.4.2	Die Struktur des Krisenkommunikationsstabs am Airport	263
14.5	Schlussfolgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf das Management, die integrierte Kommunikation und den Status der PR am Flughafen	263
15	Bezugsgruppen des Flughafens und die Kommunikationskrisenprävention im weiteren Sinne	267
15.1	Krisenpräventives Airport-Stakeholder-Konzept	267
15.1.1	Bezugsgruppe Medien	268
15.1.2	Interne Kommunikationsgruppen	269
15.1.3	Externe Kommunikationsgruppen	270
15.1.3.1	Die Öffentlichkeit im eigentlichen Sinne	270
15.1.3.2	Die breite Öffentlichkeit	273
15.1.4	Die digitale Öffentlichkeit	278
15.2	Schlussfolgerungen: Präventionsprinzipien bezüglich der Bezugsgruppen des Flughafens	279
16	Kommunikationsverfahren und Instrumente zur Sicherung der Krisenprävention am Flughafen	281
16.1	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der antizipativen Prävention	282
16.2	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Vorbereitungsprävention	292

16.2.1	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Discovery-Prävention	292
16.2.2	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Case-Prävention	294
16.2.3	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Standardprävention	297
16.3	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der aktiven Prävention	298
16.4	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Nachkrisenprävention	300
16.4.1	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der optimierten Prävention	300
16.4.2	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der Endprävention	304
16.4.3	Die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium der modifizierten Prävention (Modifikation I und II)	305
16.4.3.1	Modifizierte Prävention (II) – Darstellung anhand der vielseitigen Kommunikationskampagne des Flughafens Frankfurt	305
16.5	Relevante Aspekte der Reaktionen auf akute Krisen	312
16.5.1	Die kommunikative Basis für die akute Krisenphase	312
16.5.2	Umgang mit den Medien in der akuten Krisenphase	315
16.5.3	Schnelle Reaktion mit Pressemeldungen hoher Qualität	318
16.5.3.1	Kontinuierliche Information	319
16.6	Journalistenbetreuung vor Ort am Beispiel einer Notlandung auf dem Flughafen Wien	323
16.7	Schlussfolgerungen: Präventionsprinzipien in Bezug auf die Kommunikationsverfahren und das Instrumentarium des Flughafens	326
17	Zusammenfassung und Kommentar	329
Anhang	339
Anhang A	Fragebögen zum Thema der PR und der PR für die akute Krisenphase	339
Anhang B	Name des Flughafens und IATA-Code	341
Literaturverzeichnis	343