

Anzeige

JETZT IM CONNECTED TV: +25% REICHWEITE ON TOP

Sie erhalten bei Ihrer CONNECTED TV SPOTS Buchung zusätzlich 25% des Volumens als CONNECTED TV ADS!

[HIER INFORMIEREN](#)

Marken Marketing vor Gericht

Angriff der Krisen-Azubis



Nils-Peter Hey – Zeichnung: Bertil Brahm

Sie sind überall: selbsternannte Krisenexperten. In Firmen und Marketingabteilungen aber herrscht Planlosigkeit – weil wir Risiken so verdammt schlecht einschätzen können. Zeit, das zu ändern. Nils-Peter Hey ist einer von fünf öffentlich bestellten und vereidigten Marketing-Sachverständigen in Deutschland. Hier schreibt er über gute – und weniger gute – Markenarbeit

NILS-PETER HEY 19.05.2020



Giv



Schwierige Zeiten: Die einen müssen an der Pandemiefrent klotzen, die anderen arbeiten kurz. Auf meinem orangefarbenen Sofa fläze ich mich im prekären Dämmermodus von Krisentag zu Krisentag. Gerade zieht mich der LinkedIn-Feed des in seinen Bann: Ich erhalte lauter Kontaktanfragen netter Herren. Habe ich etwa das Premium-Probeabo von Business-Tinder abgeschlossen? **Man verspricht mir in entwaffnender Distanzlosigkeit, als Sieger aus der Krise hervorzugehen. Als unwiderlegbare Begründung dient der Profilslogan „Experte für dies und das“.** Irgendwo muss es ein Expertennest geben, aus dem sie gerade herauspurzeln.

Ich erleide einen fürchterlichen Flashback: Vor Jahren hatte ich einmal ein – wie ich fand – überzeugendes Angebot zur Krisenkommunikation entwickelt und pries es voller Optimismus an. Das musste doch jeden Unternehmer, Geschäftsführer oder Vorstand interessieren! An sich war das Konzept sehr plausibel und gar nicht viel anders, als man es von Brandschutzbeauftragten oder Ersthelfern im Betrieb kennt: Man vergewissere sich von zu Zeit, dass man alle Routinen drauf hat, die im Notfall sitzen müssen. Die Resonanz war erschütternd schlecht, als hätte ich meinen Beruf verfehlt. Aber warum sollte es meinem Angebot anders ergehen als den Pandemie-Plänen der Bundesregierung, die seit Jahren in Schubladen verstauben?

So what, lieber Business-Freund, erklärt mir jetzt ein frisch gekürter Experte die Welt? Einer, der selbst gerade erst eine Stange Geld beim Online-Coach gelassen hat, um fortan sogenannte High-Ticket-Kunden oder ähnliche zu gewinnen. Immerhin haben wir, die und ich, nun alle schon mal eine Krise aus der Nähe gesehen. **Die Krisenexperten nerven, aber sie treffen einen Nerv. Die Furcht vor unternehmerischer Verdammnis verlangt nach Erlösung.** Wäre man doch besser auf die Krise besser vorbereitet gewesen. Lieber Gott, mach, dass alles nicht so schlimm kommt!

Mit der Krisenvorsorge ist es eben wie mit Dates beim Zahnarzt oder Proktologen: Man geht erst hin, wenn es schon wehtut. Die Ursache dieses Unterlassens ist immer gleich und sehr menschlich. Wir sind einfach unfassbar schlecht im Einschätzen von Risiken. Während wir ohne die Spur eines Zweifels auf wackelige Leitern steigen oder mit 200 Sachen zum nächstwichtigen Termin rasen, fürchten wir uns vor Haien im Flachwasser. Dabei gab es 2019 nur 64 Haiangriffe weltweit und ganze zwei (!) gingen tödlich aus. Und aus genau dieser Unwucht verschwenden wir weder Zeit noch Geld an Prävention.

Wurde Krisenmanagement früher eine hoch angesehene Disziplin für noch höher bezahlte Krisenmanager, reift nun flugs jeder zum Krisenexperten. Mehr als ein Seminar der Schule des



die frischgebackenen Troubleshooter anrichten würden, wenn man sie ließe. Doch vermutlich kommen die Krisen-Azubis nicht zum Zuge. Krise, das können wir doch selbst, sagt die Chefetage, und das Marketingteam nickt beifällig. Doch leider hat man keinen Plan in der Schublade, nicht mal einen verstaubten. Also helfen nur Beten und die Hoffnung, dass der Pandämon sich bald schleicht. Das Gute daran ist: Alle anderen haben auch keinen Plan, und so merkt keiner, dass die „größte Krise in der Geschichte der Bundesrepublik“ planlos vorübergehen wird.

Orange ist keine beruhigende Farbe, sinniere ich beim Blick auf mein Sofa. Eine leise Hoffnung hege ich dennoch, und zwar, dass der Schock so groß ist, dass die knapp überlebenden Unternehmen ab sofort darüber nachdenken, was ihnen in Zukunft noch alles drohen könnte. Und sei es nur ein handfestes selbstfabriziertes Versagen. Der Tag wird kommen, seien Sie darauf vorbereitet!

LESEN SIE MEHR ZUM THEMA:



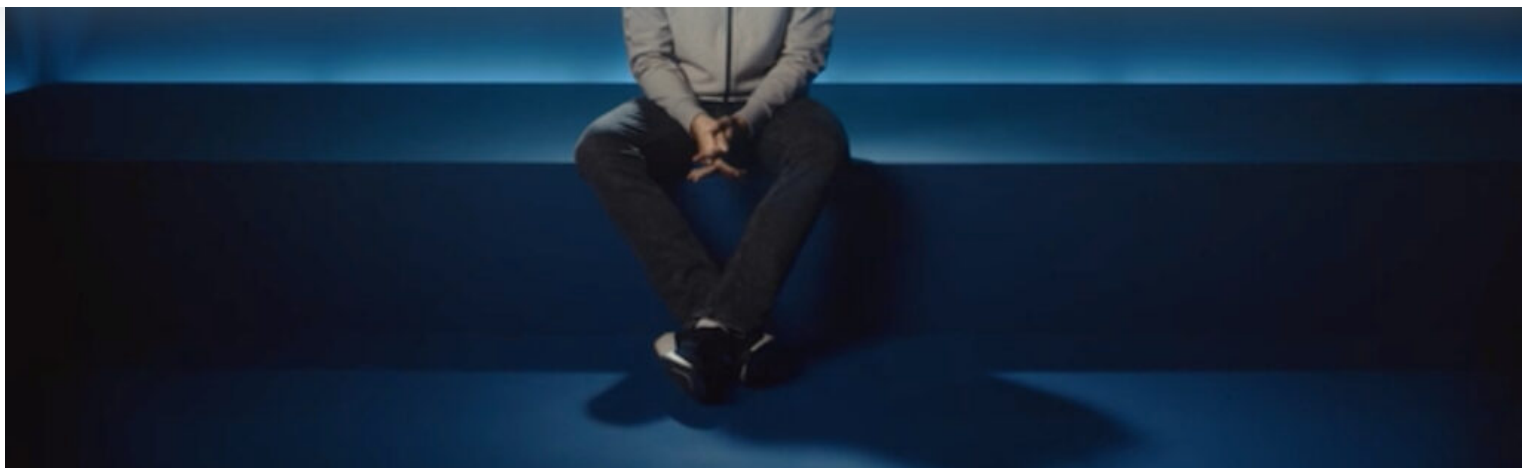
Bain-Studie

DER LUXUSMARKT TROTZT ALLEN KRISEN

✚ CLAUDIA BAYER 25.07.2022

#overcome





#overcome

SIEMENS UND DER FC BAYERN ERZÄHLEN DIESE GESCHICHTEN NUR IN DER DUNKELHEIT

ULRIKE APP 16.11.2021

Anzeige



 E-PAPER

 [JOBS](#) » [ABONNIEREN](#) » [WERBEN](#) » [NEWSLETTER](#)

» [ABOBEDINGUNGEN](#) » [DATENSCHUTZ](#)

» [COOKIE-EINSTELLUNGEN](#)

» [NUTZUNGSBEDINGUNGEN](#) » [WERBEN](#) » [KONTAKT](#)

» [IMPRESSUM](#) » [NEWSLETTER](#)

[f](#) [🐦](#) [in](#) [X](#)

