

Fortbildung - E-Marketer:

Modul BM04: Beziehungs- und Risikomanagement

Aufgabe: Bearbeitung einer Fallstudie

Fallstudie:

Als Manager im Bereich Digital-Marketing der Süßwarenfirma „Sugarland“ sind Sie für die gesamte digitale Kommunikation und PR-Arbeit verantwortlich. Eines Tages werden im Rahmen eines Produkttests eines unabhängigen Umweltmagazins Spuren einer Substanz entdeckt, die bei übermäßigem Verzehr Krebs auslösen kann. Presse und Online-Medien empfinden dies als Skandal, da unschuldige Kinder gefährdet sein könnten. Ihrer Organisation wird unverantwortliches Verhalten vorgeworfen, das sich nur auf den Profit konzentriert und sich nicht um die Gesundheit der schutzbedürftigen Kunden kümmert: die Kinder. Von einem Tag auf den anderen sinken die Verkaufszahlen auf fast Null. Außerdem muss Ihr Unternehmen viele Süßigkeiten aus den Supermärkten zurücknehmen, da es nicht sicher ist, ab welchem Zeitpunkt die Produkte mit diesem gesundheitsgefährdenden Stoff kontaminiert wurden.

Ihre Aufgabe als Digital-Marketing-Manager ist es, Ihrem Unternehmen aus dieser kritischen Situation herauszuhelfen und die Kommunikation mit den Stakeholdern in dieser schweren Krise zu steuern.

Zu diesem Zweck:

- 1) Bewerten Sie die Situation und identifizieren Sie die wichtigsten Gefahren/Risiken und Folgen dieser Krise für Ihr Unternehmen.
- 2) Identifizieren Sie die wichtigsten Stakeholder Ihrer Organisation und bestimmen Sie, welche Beziehungen in welcher Weise von dieser Krise betroffen sein könnten.
- 3) Erarbeiten Sie eine Krisenmanagement-Strategie. Bestimmen und Beschreiben Sie dabei:
 - a. Schritte, die Sie vor/während/nach der Krise ergreifen müssen;
 - b. kommunikative Aktivitäten/Maßnahmen, die Sie zum Wiederaufbau der Beziehung zu Ihren Stakeholdern durchführen/ergreifen müssen;
 - c. die Botschaft, die Sie Ihren verschiedenen Kunden zukommen lassen möchten.