

## Issue simulations

# Gemeinsam richtig handeln

### navos bietet Krisensimulation für Führungskräfte

Neue Produkte oder Projekte werden intern vorbereitet und dann auf den Markt gebracht. Die Produktion läuft, der Betrieb von Anlagen ist eingeübt, die Logistik steht, Marketing und Vertrieb machen ihren Job, die Zahlen gehen ins Controlling. So der Alltag. Dabei arbeiten die einzelnen Fachabteilungen zwar intern zusammen, sind auf krisenhafte Situationen aber nur in individuellen Laborkontexten geschult. Der Pressesprecher ist meist trainiert. Der CEO wird separat geschult. Die Produktion hat ein Störfallmanagement, der Vertrieb eskaliert die Krisen.

### Das Udenkbare trainieren?

Was also tun, wenn die „licence to operate“ akut in Gefahr gerät? Wie handeln, wenn eine als unkritisch geltende Produktionstechnik plötzlich in der Bevölkerung nicht mehr akzeptiert wird? Wie reagieren, wenn sich Wettbewerber der Argumentation einer Anspruchsgruppe anschließen und so die Medienhoheit erringen?

Was genau passiert im Unternehmen bei einer Bedrohung des Geschäftsmodells? Wie reagiert man schnell und angemessen auf emotionale Reaktionen, bei denen die rationale Argumentation nicht mehr durchdringt? Wie können krisenhafte Entwicklungen in einzelnen Märkten so frühzeitig erkannt werden, dass sie keine Auswirkungen auf alle anderen Märkte nehmen?

Um sich auf solche Herausforderungen optimal vorbereiten zu können, haben wir eine modular aufgebaute Krisensimulation entwickelt. Diese Simulation basiert auf der Erfahrung vieler nationaler und internationaler Kundenprojekte und bislang erfolgreich durchgeführter Trainings.

### Der navos-Ansatz

Die Simulation ist dabei mehr als ein „Krisentraining“:

- **Alle machen mit**

Bei einer Simulation werden alle relevanten Unternehmensbereiche eingebunden und aktiviert. Nicht nur Kommunikation oder Vertrieb oder Produktion oder die Standortleitung. Da auch in der Realität Führungskräfte gemeinsam unter hohem Zeitdruck und als Team agieren müssen, wird exakt diese Konstellation so in der Simulation abgebildet.

- **Echte Bedrohungen abwehren**

Realitätsnahe Bedrohung des Geschäftsmodells ist entscheidend. Im Vorfeld der Simulation wurden Krisenpotenziale und deren Eintrittswahrscheinlichkeiten untersucht und gemeinsam bewertet. So bilden keine hypothetischen, sondern reale Situationen den Gegenstand der Simulation.

- **Unter Druck effizient werden**

Die Intensität und Häufigkeit der Anforderungen – die sogenannten Inputs – auf die Teilnehmer der Simulation ist sehr hoch. Bei unseren Simulationen können bis zu zehn Inputs pro Stunde auf die Teilnehmer wirken. Diese reichen von Medienanfragen, über extra erstellte Protest-Websites von NGO's, Anrufen von Anwohnern bei Bürgertelefonen, Posts auf Social Media-Plattformen, Kamerateams vor der Tür bis hin zu in-time Vorlagen für Board und Betriebsrat oder stark steigenden Anzahlen von besorgten Kundenanfragen.

- **Interkulturelle Kompetenz einüben**

Themen überschreiten schnell die Grenzen, Verbraucher stimmen sich ab, Medien kopieren die News. Daher ist unser Partnernetz von Agenturen und Trainern international aufgestellt, so dass wir Themenentwicklungen in Europa realitätsnah abbilden können.

## Ablauf einer Simulation

- **Die Vorbereitung**

Hier werden im Vorfeld der Simulation relevante Stakeholder identifiziert und nach Interventionspotenzialen priorisiert. Themenentwicklungen werden antizipiert und ein realistisches Szenario wird gemeinsam für die Simulation abgeleitet. Bestehende Botschaftenpapiere, Krisenhandbücher, Q&A's sowie interne Unterlagen werden in die Vorbereitung integriert. Nicht abstrakt, sondern real.

- **Das Training**

Die Simulation dauert üblicherweise einen ganzen Tag und ist in verschiedene Sessions gegliedert. Die Zahl der Teilnehmer liegt meist zwischen 10 und max. 20. Die Simulation kann auf Deutsch oder Englisch erfolgen. Es sind mehrere Räume sowie Internetzugang notwendig.

- **Die Nachbereitung**

Auf Basis der Ergebnisse der Simulation können sich Justierungsbedarf oder Teilprojekte ergeben, die im Team am Ende der Simulation festgehalten werden.

## Trainerteam

navos – Public Dialogue Consultants arbeitet mit einem Team von externen Experten zusammen. Diese nationalen und internationalen Partner werden je nach Themenstellung in die Vorbereitung und Durchführung partnerschaftlich und vertrauensvoll eingebunden.



---

## navos – Public Dialogue Consultants. Wirksame PR im Dialog für den Kunden.

Unsere Kommunikationsgewohnheiten und -infrastrukturen verändern sich rasant. Was diese Entwicklung eint: Sie fördern und fordern Dialog. Jede und jeder Einzelne wird zunehmend kommunikativ bedeutsam und damit auch für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg relevant. Für navos ist daher der nachhaltige, ernsthafte Dialog mit allen Anspruchsgruppen die Grundlage der Kommunikation. Wir beherrschen die Kunst, wesentliche Dialoge zu führen, und haben uns auf den Stakeholder-Dialog, auf Krisenkommunikation und Public Affairs spezialisiert. navos steht für richtungsweisende, zeitgemäße und funktionierende Kommunikation. Mit unseren 50 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Hamburg.

### Berlin

Kurfürstenstraße 87  
D-10787 Berlin  
Fon +49 (0)30 / 467 24 25-0

### Düsseldorf

Volmerswerther Straße 41  
D-40221 Düsseldorf  
Fon +49 (0)211 / 96 08 17-0

### Hamburg

Glashüttenstraße 79  
D-20357 Hamburg  
Fon +49 (0)40 / 696 387 64-0

info@navos.eu

www.navos.eu

 navos auf facebook