

Speaker

E JAN FRANKOWSKI

„Unternehmen müssen krisentüchtig werden. Was im ersten Moment dramatisch klingt, kann sogar richtig Spaß machen. Eine Krise ist kein Tabu. Gewinnen können nur diejenigen, die sich rechtzeitig mit Krisenkommunikation befassen – schon bevor es zu einer Krise kommt.“

Volatile Zeiten verlangen uns viel ab. Neben der notwendigen Veränderungsbereitschaft lauern allorts Krisenthemen, die auch ganz ohne Selbstverschulden das Image eines Unternehmens, einer Behörde oder einzelner Personen dauerhaft beschädigen können. Ob kritischer Change – beispielsweise ein Vorstandswechsel, Entlassungen oder Umstrukturierungen – oder eine handfeste Kommunikationskrise: Im Idealfall hat man sich bereits präventiv damit auseinandergesetzt. Gut vorbereitete Prozesse für kritische Kommunikation, geschulte Mitarbeitende und klare Handlungsempfehlungen wirken wie eine Versicherung für den Marketingetat. Wenn diese Faktoren nicht vorhanden sind, könnte ein gutes, über viele Jahre aufgebautes Image innerhalb weniger Tage zerstört werden.



Foto: © Kerstin Nussbächer

Biografie

Jan Frankowski lernte auf der Axel Springer Akademie in Berlin die Macht der Medien im Detail kennen: Welche Headline funktioniert? Wie recherchieren die besten Investigativjournalisten? Und welche verlagsinternen Dynamiken befeuern kritische Berichterstattung? All das lernte er an praktischen Beispielen und brachte seine Erfahrungen später bei WELT und BILD im Politik- und Wirtschaftsressort ein.

Seit 2018 arbeitet Jan Frankowski in der PR-Agentur KONTEXT, die er seit 2020 als Geschäftsführer leitet. In dieser Zeit konnte er sein Wissen um kritische Themen, Eskalationszyklen und präventive Krisenarbeit bereits an zahlreiche Unternehmen weitergeben. Gemeinsam mit seinem Team begleitet Jan Frankowski Menschen im Bereich Krisenkommunikation akut und präventiv.

Auf der zweiten Seite geht's zu den Speaker-Themen:

