



Krisenkommunikation – Checkliste



TINA GLASL
Strategie & Kommunikation

0 Krise ist definiert, Krisenstab ist einberufen

- Entscheidung über Eskalationslevel / Kategorie des Krisenfalls
- Einberufung Krisenstab
- Aktivierung Krisenraum und Ressourcen; Meetingstruktur
- Start Krisenmanagement (Crisis Management Process Organisation)
- Realisierung Krisenkommunikation als eine der zentralen Aufgaben zum Schutz und zur Wiederherstellung der Reputation und Stakeholder-Beziehungen

1 Sachverhaltsklärung und kommunikative Lagebewertung

Folgende Fragen sind zur Sachverhaltsaufklärung zentral (nach Eintreten neuer Entwicklungen muss ggfs. ein Update erfolgen, das an den aktuellen Wissenstand angepasst ist):

- Was ist passiert?
- Wann / Wo / Wie / Warum ist es passiert?
- Wer ist betroffen?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen?
- Sind Einsatzkräfte, Behörden oder Organisationen involviert?
- Ist das Thema bereits öffentlich?

Aus der Beschreibung der Sachlage wird die kommunikative Lagebewertung abgeleitet. Sie ist die Entscheidungsbasis für ggfs. notwendige Sofortmaßnahmen sowie für die weitere Kommunikationsstrategie:

- Welche Auswirkungen hat der Fall für das Unternehmen?
- Welche Auswirkungen hat der Fall für Externe / Betroffene?
- Wie ist das (mediale / öffentliche) Eskalationspotenzial einzuschätzen?

2 Information und Aktivierung relevanter Stellen

Vorabinformation an wichtige Stakeholder

- Information zu den Hintergründen sowie ggfs. Einbindung
- Vorstand, Aufsichtsrat, Betriebsrat, Aufsichtsbehörden, Datenschutz, Rechtsexperten etc.

Kurzfristig auf externe Anfragen vorbereiten

- Sprecherrolle definieren
- Sprechfähigkeit sicherstellen
- Vorbereitung wichtiger interner Stellen (Telefonzentrale, Hotline, Vertrieb etc.) auf Anfragen von außen



3 Masterstory / Kernbotschaften verfassen

Erarbeitung einer Masterstory bzw. von Kernbotschaften auf Basis folgender Regeln:

Strategie

- Schlüssige Argumentation, die dem aktuellen Sachstand entspricht
- So viele vertretbare Informationen (Details) wie möglich geben
- Den Sachverhalt in einen Gesamtkontext einordnen und wichtige Kernbotschaften geben
- Als Grundlage für die Erstellung aller weiteren Kommunikationsmaterialien verwenden
- Ggf. inhaltliche Updates zum Verlauf, Anpassung des Wordings an neuen Wissensstand

Inhalte

- Gesamtkontext: Meta-Ebene / Botschaft zur grundsätzlichen Haltung bezüglich des Sachverhalts
- Was ist passiert? Um welches Thema handelt es sich?
- Wie lösen wir das? Gefahrabwendungsmaßnahmen/Lösung(en) aufzeigen
- Persönliches Statement geben; Empathie, Betroffenheit, wenn passend Entschuldigung und Bedauern ausdrücken

4 Interne und externe Kommunikation umsetzen

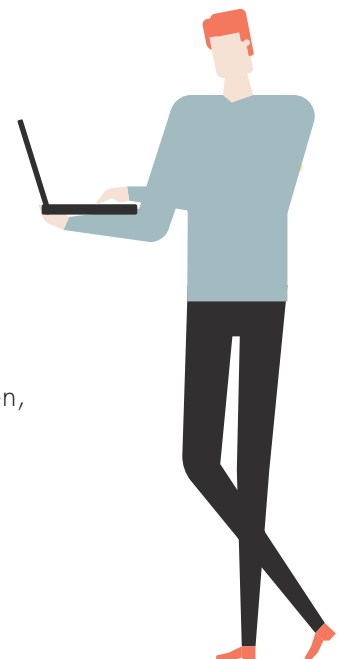
Die Masterstory / Kernbotschaften sichern „One Voice“ und sind die verbindliche Vorlage für alle internen und externen Informations- und Kommunikationsinstrumente bzw. Maßnahmen.

Steuerung der internen Kommunikation

- Relevante interne Zielgruppen definieren
- Intern vor extern informieren
- Timing definieren (Kommunikationskaskade > wer wird wann informiert?)
- Auswahl der internen Kommunikationstools für wichtige Stakeholder, Mitarbeiter
- Umsetzung der allgemeinen internen Mitarbeiter-Kommunikation

Steuerung der externen Kommunikation

- Relevante externe Zielgruppen definieren
- Timing definieren (Kommunikationskaskade > wer wird wann informiert?)
- Auswahl der externen Kommunikationstools für Kunden, Medien / Journalisten, Lieferanten, wichtige externe Stakeholder etc.
- Umsetzung der externen Kommunikation



5 Evaluation der Krisenkommunikation

Die Evaluation stellt sicher, dass für die Krisenkommunikation wichtige Learnings festgehalten werden und in den weiteren Prozess einfließen:

- Welche Methoden haben sich bewährt?
- Wie kann das Unternehmen oder die Organisation sich für zukünftige Krisen noch besser aufstellen?
- Wird eine Aktualisierung des Krisenhandbuchs benötigt?
- Sollen weitere Checklisten, Aktionspläne oder Text-Vorlagen ergänzt werden?



Wir beraten und begleiten Sie gerne.



Tina Hunstein-Glasl
M +49 (0) 172 - 866 89 84

tg@tinaglasl.de
www.tinaglasl.de

Prinzregentenstr. 54
80538 München