



Krisenkommunikation bei Produktrückrufen – Checkliste



TINA GLASL
Strategie & Kommunikation

1 Fachliche Bewertung

- Sachverhaltsaufklärung & Risikobewertung
- Sofortmaßnahmen (z.B. Ware aus dem Verkauf nehmen)
- Lösungsentwicklung

2 Kommunikative Bewertung

- Auswirkungen auf die Reputation
- Auswirkungen auf Betroffene (u.a. auch Kunden)
- Bewertung der eingeleiteten Lösungen hinsichtlich Reputation

Prüfung laufender PR- & Marketingaktivitäten zum Produkt hinsichtlich kritischer Wechselwirkungen und ggf. Stopp bzw. Unterbrechung der Aktivitäten

3 Masterstory verfassen

- Gefahrenbeschreibung
- Gefahrenabwendung / Lösung
- Beschreibung der eingeleiteten Maßnahmen/ Abwicklung
- Service für Kunden

Abstimmung mit internen/externen Fachbereichen und Experten (v.a. mit Lebensmittel-/Produkthaftungs- und Krisenkommunikationsexperten)
Erstellung aller Materialien und Kommunikationstools auf Basis der Masterstory / Kernbotschaften

4 Interne und externe Kommunikation umsetzen

FAQ-Dokument erstellen und mit internen/externen Fachbereichen und Experten (v.a. mit Lebensmittel-/Produkthaftungs- und Krisenkommunikationsexperten) abstimmen

Interne Kommunikation:

Information der Mitarbeiter:innen, v.a. Sicherstellung der Kommunikationsfähigkeit bei Anfragen an Abteilungen mit Kontakt nach außen (z.B. Hotline, Vertrieb, Empfang etc.)

Externe Kommunikation:

Je nach rechtlicher Vorgabe und kommunikativer Empfehlung sind folgende Maßnahmen exemplarisch:

- Rückruf (-text) / Masterstory
- Presseinformation / dpa Meldung
- Rückrufanzeigen (Print / Online) [v.a. non-food]
- Online-Information auf der Homepage, ggf. Einrichten einer eigenen Microsite zum Rückruf
- Kunden-Service-Hotline / Questions & Answers zur Beantwortung von Kundenanfragen
- Direkte Anschreiben / Mailings an Abnehmer (insbes. auch nicht betroffene Händler)
- Social Media Posts
- Questions & Answers zur Beantwortung von Medienanfragen
- Plakate / Aushang / Handzettel für Handel / PoS
- (...)

5 Monitoring

Laufendes Monitoring von Medienberichterstattung, Social Media Aktivitäten und Rückläufen / Feedbacks Kunden

6 Evaluation

Evaluation, v.a. gemeinsam mit internen/externen Experten (v.a. mit Lebensmittel-/Produkthaftungs- und Krisenkommunikationsexperten)

- Dokumentation des Verlaufs sowie spezifische Evaluation des Rückrufmanagements
 - Ggf. Prüfung von Wiederholungen gemäß Response / Rückmeldungen aus dem Markt
- Überprüfung und ggf. Aktualisierung vorliegender Präventions- und Arbeitsmaterialien

Wir beraten und begleiten Sie gerne.



Tina Hunstein-Glasl
T +49 (0) 89 - 716 77 59 - 11
M +49 (0) 172 - 866 89 84

tg@tinaglasl.de
www.tinaglasl.de

Prinzregentenstr. 54
80538 München

