

CISION[®]

LIVE Webinar

Krisenkommunikation

Was kann welche Agentur leisten?

Unsere heutigen Gäste sind:



Uwe Schick

Gründer & PR-Berater

SCHICK!
Communications



André Wigger

Managing Director &
Kommunikationsberater

Hill & Knowlton

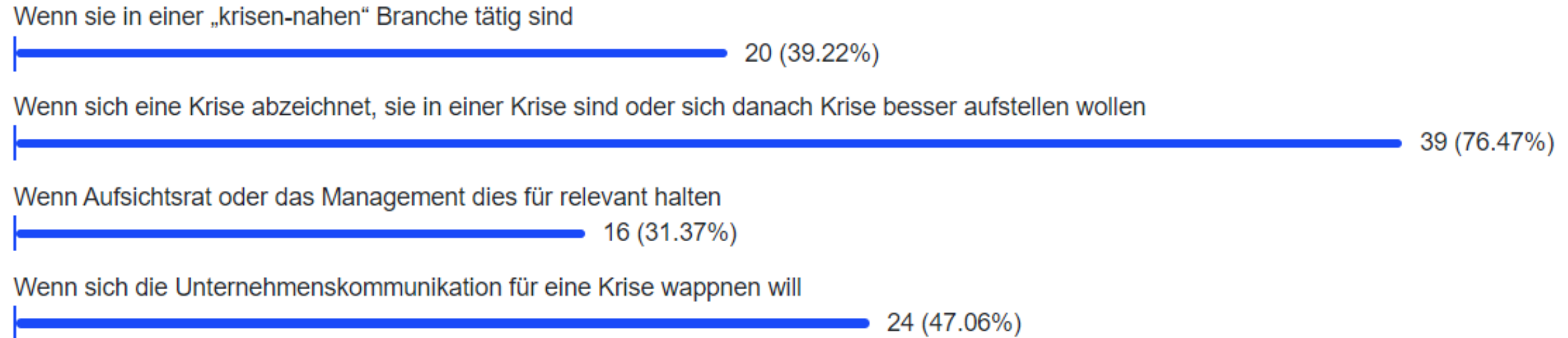


Peter Verclas

Geschäftsführender
Gesellschafter


NICARUS
Agentur für digitalen Content

Wann setzen Unternehmen auf Krisenkommunikation?



> Umfrageergebnisse der Webinar Teilnehmer

Kompetenzen für die Krisenkommunikation

Übersicht



Symbolfoto

Aufgaben der Krisenkommunikation

Vor der Krise

- Issues Monitoring und Management
- Risiko- und Stakeholder-Analysen
- Teams, Rollen und Prozesse (Krisenkommunikationsplan)
- Ressourcen (Räume, Technik, etc.)
- Interne und externe Netzwerke
- Botschaften, Dark-Site, Hintergrundinformationen, Pressemitteilungen, Q&A etc.
- Internes Meldesystem
- Audit durchführen (Lücken aufspüren)
- Trainings und Simulationen
- ...

Aufgaben der Krisenkommunikation

Während der Krise

- Situation erfassen, bewerten, weitere Entwicklung vorausdenken
- Kommunikationsmaterialien (weiter-)entwickeln
- Medienbeobachtung organisieren
- Stakeholder identifizieren und informieren
- Sprecher trainieren / coachen



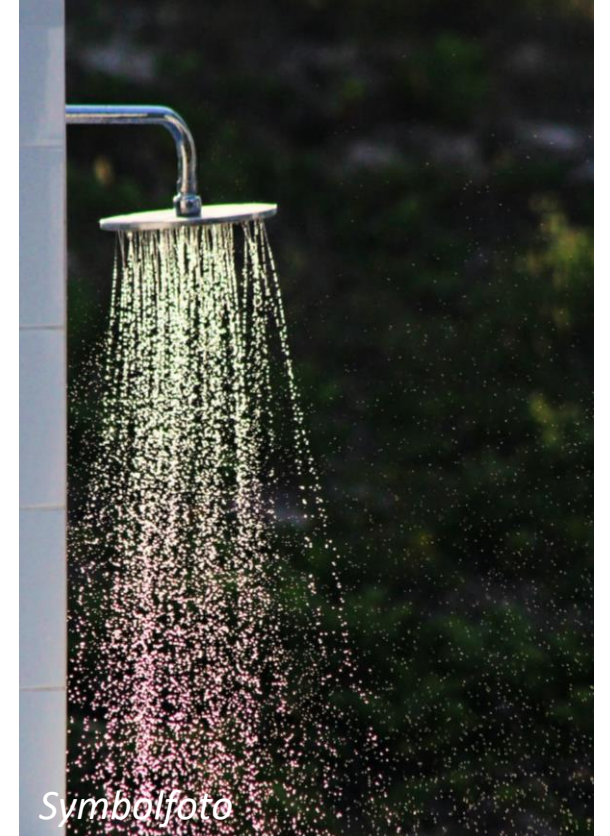
Gefahrenpotenzial einer Krise bewerten

Relevanz	Generelles Thema, Branchenthema, Unternehmensthema?
Betroffenheit	Gesamtunternehmen, bestimmte Sparte, Funktionsbereich?
Reichweite	Global, national, regional?
Triebkraft	Politikfähig, Öffentlichkeit, Nischenthema?
Schadenspotenzial	Finanzen, Produkte, Marktanteile, Unternehmensimage?

Aufgaben der Krisenkommunikation

Nach der Krise

- Weiter zur Krise kommunizieren (je nach Verlauf und Krise)
- Auswerten und optimieren
- Duschen und zurück zur Routine



Symbolfoto

Wann ist externer Support sinnvoll?

Was denken Sie?



Symbolfoto

Wann ist externer Support sinnvoll?

Übersicht

Wenn es Unternehmen an Know-how und/oder Ressourcen mangelt.



Symbolfoto

CISION[®]

LIVE Webinar

Beispiele aus der Praxis

Beispiel 1: Verhaftung

Welche PR-Agentur ist geeignet?



Eine Person des öffentlichen Lebens mit doppelter Staatsbürgerschaft wird in seinem Heimatland verhaftet. In Deutschland läuft sein regionales Geschäft weiter.

Eine PR-Agentur soll die Öffentlichkeit und Kunden deeskalierend informieren sowie um Wohlwollen bitten.

Symbolfoto

Beispiel 2: Restrukturierung intern. Konzern

Welche PR-Agentur ist geeignet?



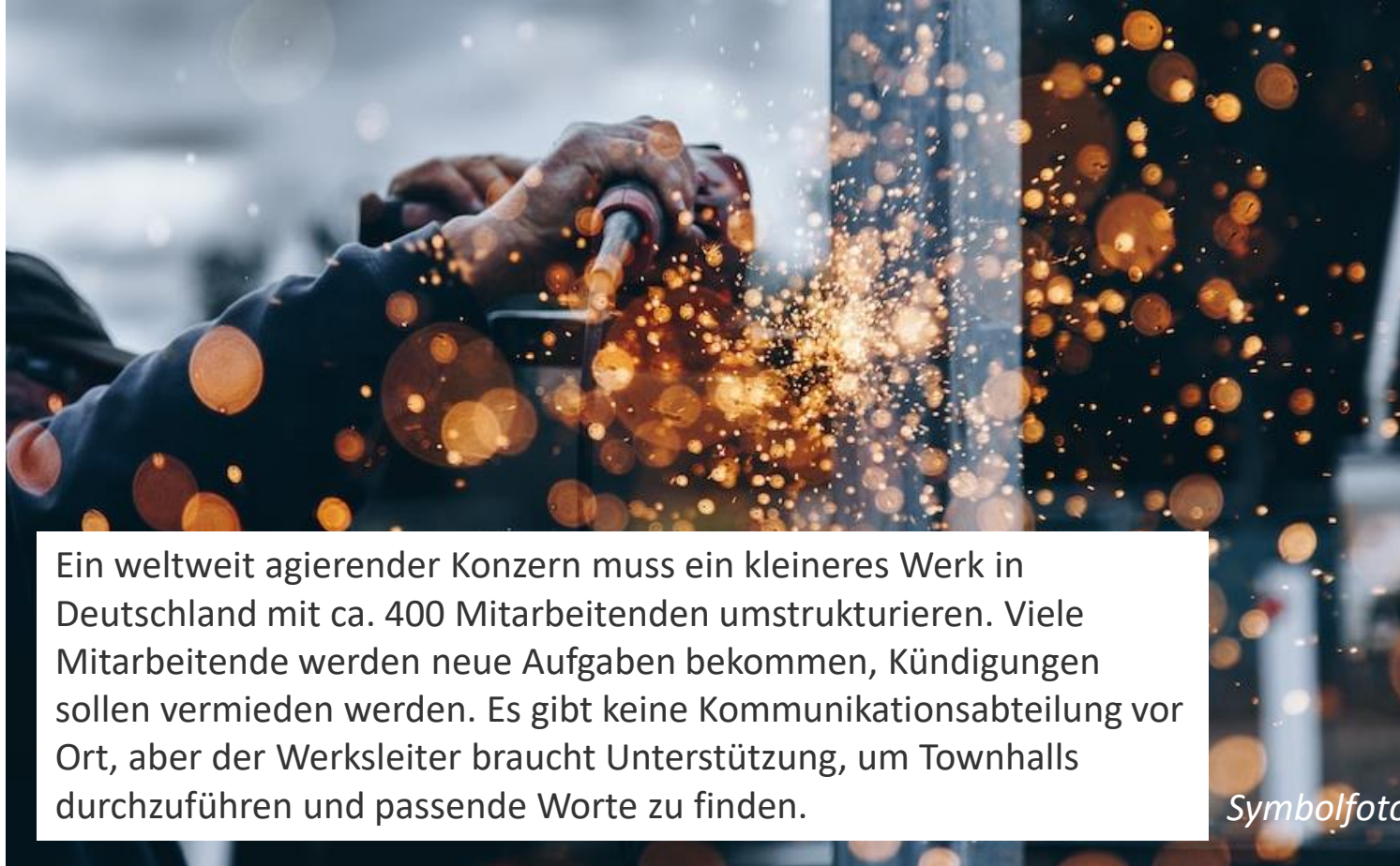
Ein international operierender Konzern beschließt, mehrere Standorte in Deutschland zu schließen.

Die PR-Agentur soll das lokale Management beraten, die Medien betreuen und die Koordination mit der Kommunikationsabteilung im Headquarter übernehmen.

Symbolfoto

Beispiel 3: Umstrukturierung eines Werkes

Welche PR-Agentur ist geeignet?



Ein weltweit agierender Konzern muss ein kleineres Werk in Deutschland mit ca. 400 Mitarbeitenden umstrukturieren. Viele Mitarbeitende werden neue Aufgaben bekommen, Kündigungen sollen vermieden werden. Es gibt keine Kommunikationsabteilung vor Ort, aber der Werksleiter braucht Unterstützung, um Townhalls durchzuführen und passende Worte zu finden.

Symbolfoto

Beispiel 4: Werk im Ausland

Welche PR-Agentur ist geeignet?



Am Freitagabend (MEZ) erscheint im Medien-Monitoring-Tool ein Artikel über einen Umweltschaden im Werk in Neuseeland. Die betreuende PR-Agentur meldet den Fall an Corporate Communications im Headquarter.

Die PR-Agentur soll den Fall mit dem lokalen Management in Neuseeland am Wochenende bearbeiten.

Beispiel 5: Rx-Präparate und E-Rezept

Welche PR-Agentur ist geeignet?

Mehr als 300k Patienten in Deutschland nutzen die PAV – patientenindividuelle Arzneimittelverblisterung. Die Apotheken verblisterern die Arzneimittel für die Patienten, die also keine Packungen bekommen, sondern Blister.

Das E-Rezept erfordert die Angabe der Packungsnummer vom Apotheker. Ohne diese erfolgt die Retaxierung.

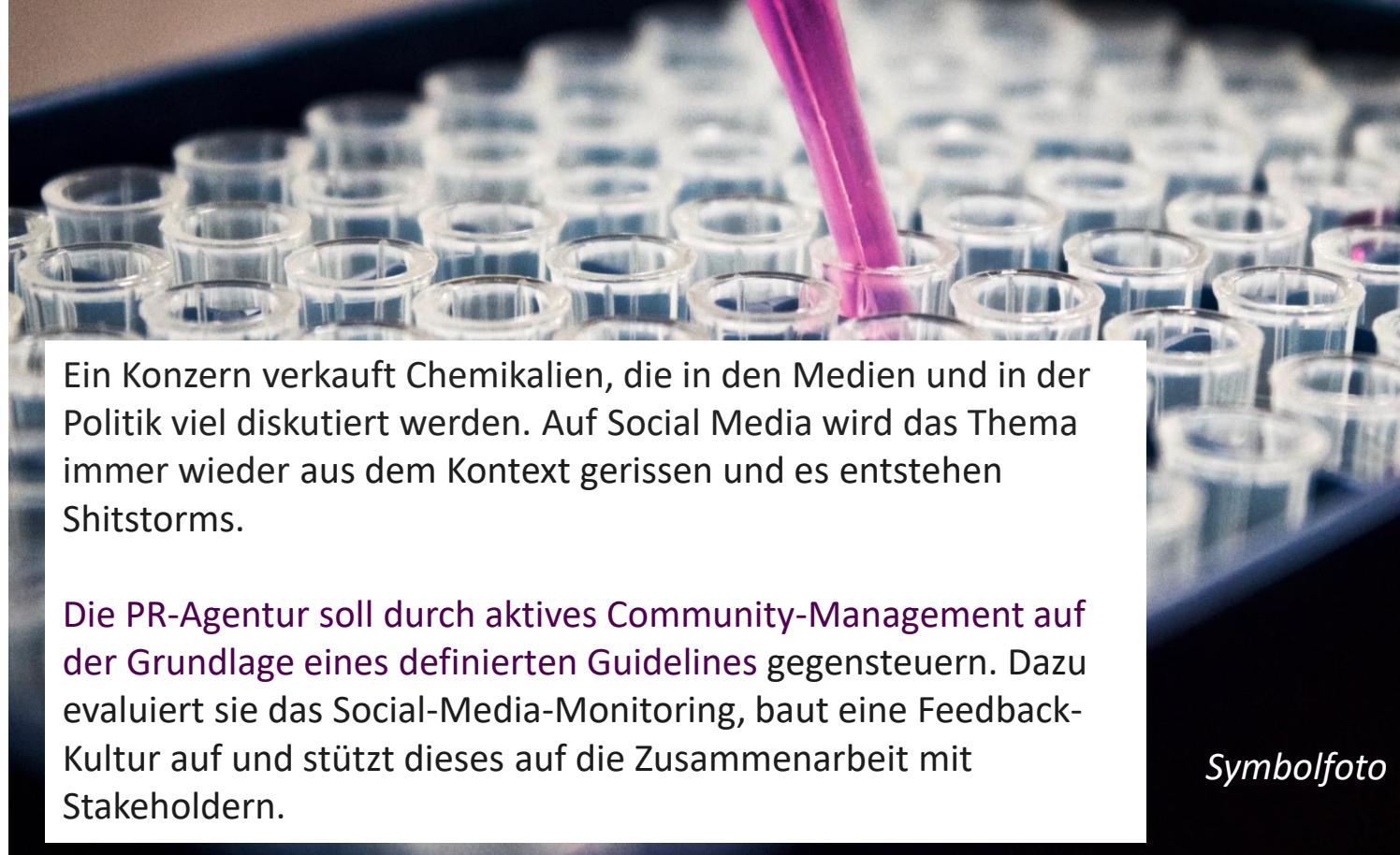
Die ganze PAV gerät durch das E-Rezept in Gefahr.

Man muss nun Richtung Gesetzgebung kommunizieren.

Symbolfoto

Beispiel 6: Social Media Shitstorm

Welche PR-Agentur wäre geeignet?



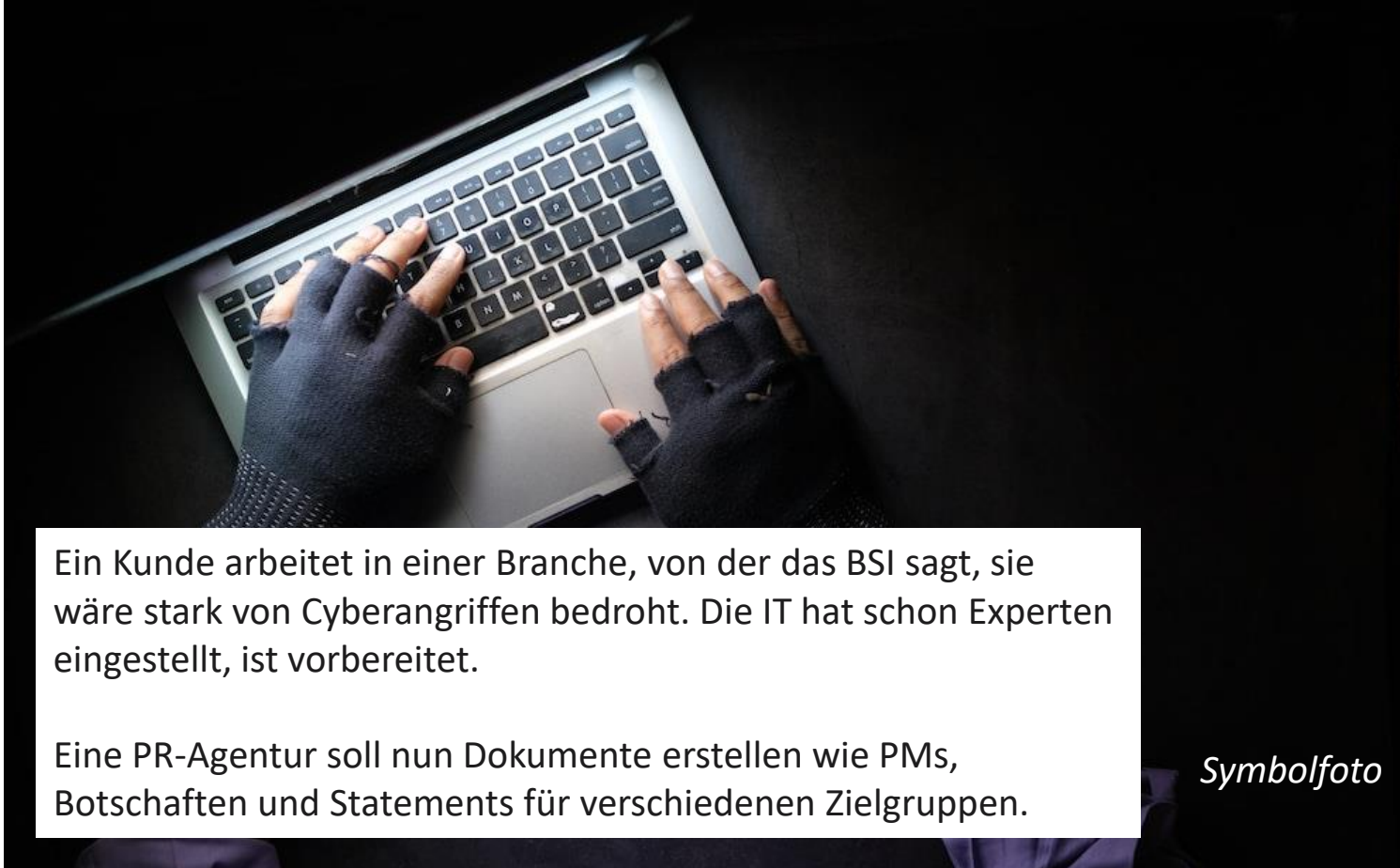
Ein Konzern verkauft Chemikalien, die in den Medien und in der Politik viel diskutiert werden. Auf Social Media wird das Thema immer wieder aus dem Kontext gerissen und es entstehen Shitstorms.

Die PR-Agentur soll durch aktives Community-Management auf der Grundlage eines definierten Guidelines gegensteuern. Dazu evaluiert sie das Social-Media-Monitoring, baut eine Feedback-Kultur auf und stützt dieses auf die Zusammenarbeit mit Stakeholdern.

Symbolfoto

Beispiel 7: Cyberangriff möglich

Welche PR-Agentur ist geeignet?



Ein Kunde arbeitet in einer Branche, von der das BSI sagt, sie wäre stark von Cyberangriffen bedroht. Die IT hat schon Experten eingestellt, ist vorbereitet.

Eine PR-Agentur soll nun Dokumente erstellen wie PMs, Botschaften und Statements für verschiedenen Zielgruppen.

Symbolfoto

Beispiel 8: Produktrückruf

Welche PR-Agentur ist geeignet?



Symbolfoto

CISION[®]

LIVE Webinar

PR-Agenturen im Vergleich

Krisen-PR: Agenturen im Vergleich

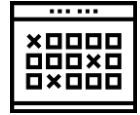
Welche Agentur matched für welche Unternehmen?



Globale/Nationale PR-Agentur	National/Regionale PR-Agentur	PR-Kleinunternehmen
<ul style="list-style-type: none">• Kunden in einer akuten Krisensituation• Kunden mit Bedarf bei der Vorbereitung auf Krisen• National und international operierende Kunden	<ul style="list-style-type: none">• Bestandskunden mit Krisenprävention eine „sichere Kommunikation“ bieten• Regionale Kunden in einer akuten Krisensituation	<ul style="list-style-type: none">• Irgendwie alle

Krisen-PR: Agenturen im Vergleich

Arten von Krisen



Globale/Nationale PR-Agentur	National/Regionale PR-Agentur	PR-Kleinunternehmen
<ul style="list-style-type: none">• Operative und mediale Krisen, u.a.<ul style="list-style-type: none">• Produktsicherheit und -qualität• Datenschutz, Cyber Security, IT-Probleme• Compliance, Rechtsverstöße• Restrukturierungen• Diskriminierungsvorwürfe• Unfälle	<ul style="list-style-type: none">• Medienkrisen• Produktschäden• Verletzung der Sicherheit oder Schäden in betrieblichen Abläufen• Organisatorische Ereignisse oder Personal-Probleme	<ul style="list-style-type: none">• Alle Arten von Krisen, die begrenzt sind – Branche, Region, Finanzen, ...

Krisen-PR: Agenturen im Vergleich

Branchen



Globale/Nationale PR-Agentur	National/Regionale PR-Agentur	PR-Kleinunternehmen
<ul style="list-style-type: none">• Energie und Industrie• Finanzen• Professional Services• Healthcare• Konsumgüter• Reise und Tourismus• Mobilität und Verkehr	<ul style="list-style-type: none">• ITK• Finanzen• Professional Services• Produzierende Unternehmen und Chemie• Energie• Verbände und öffentliche Institutionen• Personen des öffentlichen Lebens aus Wirtschaft und Politik	<ul style="list-style-type: none">• Gesundheitswesen• Produzierende Unternehmen• IT• Bildung• Professional Services

Krisen-PR: Agenturen im Vergleich

Länder



Globale/Nationale PR-Agentur	National/Regionale PR-Agentur	PR-Kleinunternehmen
<ul style="list-style-type: none">• Deutschland• International (Büros in 70 Ländern)• Steuerung aus Deutschland• Arbeitssprache Englisch für Abstimmungen	<ul style="list-style-type: none">• Deutschland• Europäisches Agentur-Netzwerks iNT. Agencies	<ul style="list-style-type: none">• DACH

Krisen-PR: Agenturen im Vergleich

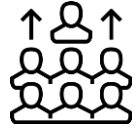
Leistungen



Globale/Nationale PR-Agentur	National/Regionale PR-Agentur	PR-Kleinunternehmen
<ul style="list-style-type: none">• Ganzheitlicher Ansatz<ul style="list-style-type: none">• Vorbereitung• Training• Ad hoc-Unterstützung• Enge Zusammenarbeit mit operativen Krisenteams, Risikomanagement, Forensik, Rechtsberatung, Strafverfolgungsbehörden und weiteren Beteiligten	<ul style="list-style-type: none">• Krisenvorbereitung: Krisen-Audit, Risiko- und Stakeholder-Analysen, Medien und Social Media Monitoring, Krisen-Handbuch und -Checklisten, Trainings und Simulationen• Akute Krise	<ul style="list-style-type: none">• Audit• Content• Trainings• Wording• Teammitglied im Krisenfall

Krisen-PR: Agenturen im Vergleich

Krisenteams



Globale/Nationale PR-Agentur	National/Regionale PR-Agentur	PR-Kleinunternehmen
<ul style="list-style-type: none">• Aus den Büros (in Deutschland FFM, BER, DUS)• Bei Bedarf Einsatz vor Ort	<ul style="list-style-type: none">• Aus dem Office (Metropolregion Rhein-Neckar)• Vor Ort durch Einsatz von freien Mitarbeitenden• Ggf. mit Agenturen aus iNT. Agencies	<ul style="list-style-type: none">• Vor Ort oder auch virtuell – Ressourcen sind begrenzt.

Wege zum externen Support

Wissen, was man braucht – Know-how und/oder Ressourcen

PITCH

BESSERE ALTERNATIVEN

- Agentur aus dem bestehenden Netzwerk
- Empfehlungen einholen
- Workshops
- Probeaufträge



Ressourcen zum Thema Krisenkommunikation

[Krisenkommunikation im digitalen Zeitalter](#)

[Cision Ressourcen Bereich](#)

[Abonnieren Sie unseren Newsletter](#)

[Gesprächstermin mit Cision vereinbaren](#)



Vielen Dank!
Schön, dass Sie dabei waren.