



# CHECKLISTE FÜR IHRE KRISENKOMMUNIKATION

CISION®

Krisen können plötzlich eintreten. Dann müssen Sie in der Lage sein, schnell zu reagieren. Diese 10-Punkte Liste soll Ihnen dabei behilflich sein, Sie durch die Krise zu leiten, wenn sie passiert. Nutzen Sie die Liste, neben dem Krisenkommunikationsplan Ihres Unternehmens, um sicher zu gehen, dass Sie und Ihr Team keinen notwendigen Schritt auslassen.

## Erkennen Sie die sich anbahnende Krise und seien Sie bereit, Maßnahmen zu treffen

Sammeln Sie alle verfügbaren internen und externen Informationen

## Nutzen Sie Ihr Medienmonitoring

Versichern Sie sich, dass Ihre Suchaufträge eingerichtet sind und ergänzen Sie sie um Schlagworte, die sich auf die Krise beziehen

Vergleichen Sie den Share of Voice der Krise mit dem Benchmark Ihrer Berichterstattung

Prüfen Sie Social Media Monitoring auf Reichweite und Interaktion in Bezug auf die Krise

## Warnen Sie das Team und versenden Sie Informationen

Versichern sie sich, dass Weisungslinien und Informationsketten bekannt sind

Entscheiden Sie, ob Ihr Team bereits geplante Social Media- Beiträge, Kunden-Mailings, Inhalte pausieren müssen

## Entwickeln Sie Ihre Botschaft

Seien Sie vertraut mit den relevanten internen, Führungs-, Kunden- und Medienbotschaften

Etablieren Sie einen Sprecher und eine maßgebliche Informations-Anlaufstelle für entstehenden Traffic (z.B. ein Blogbeitrag)

## Bereiten Sie Ihre Versendungen vor (nach Bedarf)

Bereiten Sie eine Pressemeldung vor

Bereiten Sie Social Media Posts vor

Bereiten Sie eine Pressekonferenz vor

## Stimmen Sie sich mit Ihrer Rechtsabteilung / Ihren Stakeholdern ab

Berichten Sie relevante Informationen an Verantwortliche und Entscheider

Beraten Sie sich mit Ihrer Rechtsabteilung/ Führungspersonen, bevor Sie externe Kommunikation versenden

## Versenden Sie Ihre Informationen

Versenden Sie Ihre Pressemitteilungen und Social Media Beiträge (wenn vorhanden)

Versichern Sie sich, dass Ihre Sprecher\*In in den Versendungen klare Positionen einnimmt

## Prüfen Sie zusätzliche Medienberichterstattung und Resonanz

Verfolgen Sie aufmerksam Diskussionen in sozialen Medien

Achten Sie auf Spitzen in der Medienberichterstattung

Antworten Sie dort, wo und wenn es notwendig ist

## Prüfen Sie die Situation erneut

Atmen Sie auf, wenn die Krise bewältigt ist

Wenn nicht, dann treten Sie mit Journalisten und/oder Influencer in Kontakt, die Anwälte Ihrer Marke sind, um in der Krise zu vermitteln

## Rekapitulieren Sie

Analysieren Sie, wo Sie die Krise effektiv gehandhabt haben und wo es Optimierungsbedarf gab

Aktualisieren Sie Ihren Krisenkommunikationsplan für zukünftige Krisen