

CHECKLISTE

für die Krisenkommunikation

Wegweiser durch die Corona-Krise



So gestalten Sie Ihren Masterplan für
die COVID-19 Krisenkommunikation

CHECKLISTE

In Krisenzeiten stehen Unternehmen vor besonderen kommunikativen Herausforderungen. Die **Kommunikation ist gerade dann die wichtigste Verbindung zwischen Menschen, Unternehmen und der Öffentlichkeit.**

Eine **transparente und konstante Krisenkommunikation** ist gerade jetzt besonders wichtig, um Vertrauen und Loyalität zu stärken und den Kontakt zu Kunden und zur Öffentlichkeit und anderen Stakeholdern nicht zu verlieren.

Überprüfen Sie den Informationsbedarf Ihrer Zielgruppen. Wer muss informiert werden? Welche Informationen werden benötigt und wer braucht sie zuerst und zu welchem Zweck?

Schritt 1: Rollen und Verantwortlichkeiten

Eine Krise ist nicht die Zeit für unnötige Bürokratie und Vorschriften. In einer Krisensituation hilft auch kein 100-seitiges Handbuch. **Pragmatismus und Schnelligkeit** sind jetzt Ihre wichtigsten Ressourcen.



Mobilisieren Sie alle Kräfte und statten Sie Ihre Mitarbeiter mit **weitreichenden Befugnissen** aus.



Weisen Sie **Rollen** für die verschiedenen Aufgaben zu und legen Sie **Verantwortlichkeiten** fest.



Weichen Sie eingefahrene Entscheidungswege auf und **reißen Sie alle Kommunikationsbarrieren im Unternehmen ein.**



Führen Sie die **interne und externe Kommunikation** zusammen, um eine einheitliche Sprachregelung nach außen sicherzustellen.

Schritt 2: Informationen zentral bereitstellen

Stellen Sie sicher, dass **alle rechtzeitig die richtigen Informationen** erhalten und verbreiten und **dass Ihr Unternehmen mit einer Stimme spricht:**



Stellen Sie **die wahrscheinlichsten Fragen** zusammen, die Ihre Kunden, Mitarbeiter und andere Stakeholder haben könnten:



Was sind die wichtigsten Informationen für jede einzelne Zielgruppe?



Wie sind die jeweiligen Zielgruppen von der Krise betroffen, sowohl wirtschaftlich als auch emotional?



Bereiten Sie entsprechende **Antworten vor, die Zuversicht über die ergriffenen Maßnahmen vermitteln** und demonstrieren Sie Ihre Kompetenz im Krisenmanagement.



Stellen Sie sicher, dass jeder Mitarbeiter weiß, **wer verantwortlich für die Kommunikation nach innen und nach außen ist** und an wen er sich mit welchen aktuellen Problemen wenden kann.



Stellen Sie sicher, dass Ihre Kommunikations- und Kundenservice-Teams alle Informationen, Stellungnahmen und Aktualisierungen zur Verfügung haben.



Stellen Sie **Links zu weiterführenden Informationen** zur Verfügung, auch zu offiziellen Informationsquellen zur Krisensituation.



Halten Sie alle **Informationen in Echtzeit** auf dem neuesten Stand.

Schritt 3: Medien und Kanäle für die Krisenkommunikation



Prüfen Sie **alle traditionellen und Online-Medien und Social Media Kanäle (Crossposting)**, die Ihnen zur Verfügung stehen und legen Sie die Kanäle fest, über die Sie Ihre Zielgruppen am besten erreichen, zum Beispiel:

- ✓ Website und Blog
- ✓ Google My Business
- ✓ Pressemitteilungen und Ad-hoc-Nachrichten
- ✓ E-Mail, Newsletter und Push-Nachrichten
- ✓ Online-Chat
- ✓ Soziale Netzwerke: Twitter, Facebook, XING, LinkedIn, Instagram, Pinterest, YouTube
- ✓ Message Boards in Gemeinschaften, Gruppen und Online-Foren
- ✓ Nachrichten-Websites und Branchen-Websites
- ✓ Podcasts und Videokanäle



Passen Sie Ihre Botschaften jeweils auf die entsprechenden Zielgruppen und Kanäle an und bereiten Sie einen konsistenten Informations- und Kommunikationsfluss vor.



Verwenden Sie Tools für die Presseverteilung und die Social Media Automatisierung, um die **cross-mediale Veröffentlichung, das Teilen und Seeding schnell und effizient** umzusetzen.

Wichtige Tools für die Krisenkommunikation

Content-Planung und Collaboration in (dezentralen) Teams

Projektplanung und Abstimmung von Beiträgen und Medien: [Trello](#), [Asana](#), [Hive](#)

Chat-Tool für eine schnelle und einfache Organisation der Kommunikation und Abstimmung im Team. [Slack](#), [Microsoft Teams](#), [Circuit](#) (deutscher Anbieter)

Videokonferenzen und virtuelle Team-Meetings

Video-Calls: [Zoom](#), [Skype](#) und [Facetime](#)

Desktop-Sharing: [Teamviewer](#), [Smartsheet](#), [Anydesk](#)

Datenspeicherung und Dokumenten-Transfer

Cloud-Dienste zum Sammeln und gemeinsamen Bearbeiten von Dokumenten aller Art: [One Drive](#) (Microsoft) [Google Drive](#), [Dropbox](#), [Box](#), [Owncloud](#) (deutscher Anbieter), [Evernote](#)

Cloud-Dienste zum Transfer großer Datenmengen oder Dateiformate: [Wetransfer](#), [Firefox Send](#), [Terashare](#), [Idgard.de](#) (deutscher Anbieter)

Schnelle Text-, Bild- und Videobearbeitung

Redaktionelle Überprüfung von Texten: [Online-Textanalyse](#), [Grammarly](#) für englischsprachige Texte

Online-Konvertierung in PDF-Formate: [PDF24](#) (deutscher Anbieter), [PDF2Go](#), [Smallpdf](#)

Erstellung von Bildern, Grafiken, Infografiken, Gifs oder Memes: [Canva](#), [Visme](#), [Piktochart](#), [Venngage](#)

Bildkomprimierung für Websites, Blogs und Social Media: [EWWW Image Optimizer](#)

Erstellung von Screencasts und animierten Erklärvideos: [Moovly](#), [PowToon](#), [Prezi](#), [Vyond](#)

E-Mail-, Newsletter und Push-Messaging

E-Mail und Newsletter-Management: [Icegram](#), [MailChimp](#), [CleverReach](#)

Push-Messaging: [OneSignal](#), [Push Engage](#)

Distribution und Seeding

Crossmedialer Distributions-Service für Pressemitteilungen und Online-News: [PR-Gateway](#)

Social Media Automatisierung und Planung: [Blog2Social](#) » als WordPress Plugin » als WebApp

Monitoring und Analyse

Medien- und Themenbeobachtung: [NewsRadar®](#)

Dashboard-Tools: [Feedly](#), [Inoreader](#)

Keyword und Hashtag-Recherche: [Google Keyword Planner](#), [Keywordtool.io](#), [Hashtagify](#), [Top-Hashtags](#), [Tagdef](#), [Trendsmap](#)

Weitere Ressourcen

Content-Ideen und Off-Topic Themen für die Krisen-PR: [PR- und Social Media Kalender](#) mit über 1.000 Thementagen, 3.400 Hashtags und 1.400. Begleitender [PR-Kalender Jahresplaner](#)

[Presseportal-Report](#) (kostenlos) informiert über aktuelle Zahlen, Daten und Leistungen von wichtigen Online-Medien und Presseportalen für die Krisen-PR.

Mehr Ressourcen für die Krisenkommunikation



Weitere Beiträge mit Tipps zur Krisenkommunikation

- [Corona-Krisen-News: Warum Sie gerade jetzt Online-PR nutzen sollten](#)
- [Krisenkommunikation: Wie Sie die Corona-Krise mit Online-PR meistern](#)
- [#Corona-Krise: Strategien die Krisenkommunikation über Marketing und Social Media](#)
- [Beispiele und Tipps für die Social Media Krisenkommunikation in der Corona Krise](#)
- [Wichtige Tools für die Corona Krisenkommunikation](#)
- [6 Schritte für das Recruiting in der Corona-Krise](#)

Der komplette Leitfaden Krisenkommunikation mit allen Checklisten, Tools, Tipps und Fallbeispielen und Ressourcen zur Krisenkommunikation steht zum kostenlosen Download in unserem Corona Ressourcen-Center: [Hier klicken](#)

Impressum & Copyright

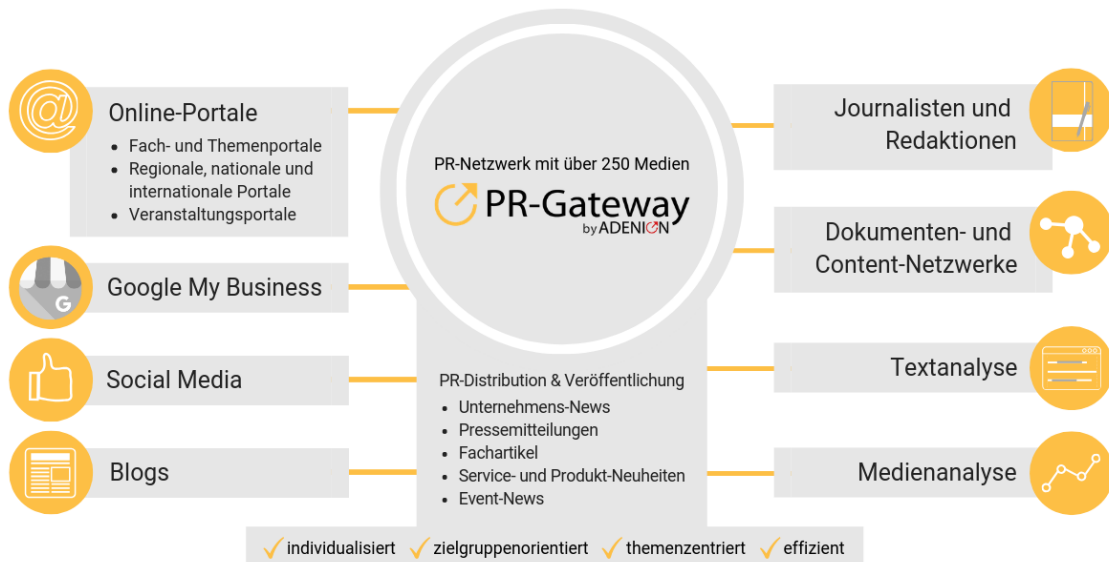
Diese Checkliste ist ein Service von

ADENION GmbH

Merkatorstraße 2 | 41515 Grevenbroich | Tel: +49 2181 160 22 55 | Internet: www.adenion.de

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer: Dipl. Ing. Andreas Winkler, M.A. Melanie Tamblé

Registergericht: Amtsgericht Mönchengladbach, Registernummer: HRB 8141



Veröffentlichen Sie **1 Pressemitteilung** und **1 Event-Mitteilung**. Dazu erhalten Sie **1 Premium-Report**. Für Sie **kostenlos**.

» [Jetzt Ihre 1. Krisen-PR News kostenlos veröffentlichen](#)

PR-Gateway www.pr-gateway.de | eMail: kundenservice@pr-gateway.de

Smarte Social-Media-Automatisierung

A row of 15 social media icons including Facebook, Twitter, LinkedIn, X, Instagram, Pinterest, YouTube, Twitch, Tumblr, Reddit, Nextdoor, Blogger, Dribbble, VK, and Google+.

- Social Media Netzwerke**
Beiträge parallel über eine Vielzahl von Netzwerken, Seiten und Gruppen teilen
- Auto-Posting**
Beiträge bei jeder neuen Veröffentlichung automatisiert auf den Netzwerken teilen.
- Individualisierung**
Beiträge mit individuellen Bildern, Kommentaren, Hashtags, Handles und Emojis pro Netzwerk optimieren
- Social Media Kalender**
Beiträge zu den besten Zeiten planen. Wiederkehrendes oder regelmäßiges Teilen. Ältere Beiträge erneut teilen
- Beitragsformate**
Bild-Post- oder Link-Post-Formate mit individuellen Bildern und Preview-Parametern wählen

Jetzt Blog2Social 30 Tage kostenlos testen: blog2social.com

Blog2Social www.blog2social.com | eMail: kundenservice@blog2social.de