

ADENION

LEITFADEN

Krisenkommunikation

**Wie Sie die Kommunikation in der #COVID19 Krise
mit Online-PR und Social Media meistern**



ADENION GmbH
Merkatorstraße 2
D 41515 Grevenbroich
Fon: +49 2181 160 22 55

Inhalt

EINLEITUNG	3
EINE KRISE KOMMT IMMER PLÖTZLICH	4
INTERNE KRISENKOMMUNIKATION	6
EXTERNE KRISENKOMMUNIKATION	7
MONITORING: BEOBACHTEN SIE NACHRICHTEN UND REAKTIONEN	11
SO ERSTELLEN SIE IHREN KRISENKOMMUNIKATIONS-MASTERPLAN	13
MEDIEN UND INHALTE FÜR DIE KRISENKOMMUNIKATION	15
WICHTIGE TOOLS FÜR DIE KRISENKOMMUNIKATION	31
ZUSAMMENFASSUNG	37
IMPRESSUM UND COPYRIGHT	38

Weitere aktuelle 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](#)

Einleitung

In Krisenzeiten stehen Unternehmen vor besonderen kommunikativen Herausforderungen. Doch viele Unternehmen sind nicht oder nur unzureichend auf eine Kommunikation in der Krise vorbereitet.

Die weltweiten Folgen der Coronavirus Pandemie wirken sich auf Menschen, wie auf Unternehmen und die Gesellschaft aus. Gerade jetzt ist die **Kommunikation die wichtigste Verbindung zwischen Menschen und Menschen und zwischen 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, zur Öffentlichkeit und zu anderen Stakeholdern nicht zu verlieren.

Eine Kommunikation über Online-PR und Social Media hilft Ihnen, Ihre Zielgruppen und die Öffentlichkeit schnell und effizient zu erreichen.

Lesen Sie wie Sie jetzt Ihre **Strategien für die Krisenkommunikation** schnell und effizient umsetzen:

- Strategien und Sofort-Maßnahmen für die interne und externe Krisenkommunikation
- 3 Schritte für Ihren Krisenkommunikations-Masterplan
- Medien und Inhalte für eine wirkungsvolle Krisenkommunikation
- Tipps und Beispiele für eine empathische Kommunikation
- Tools für die Krisenkommunikation

Eine Krise kommt immer plötzlich

Der Covid-19 Ausbruch und die Entwicklungen rund um Corona haben uns alle mit Macht erwischt.

Der wirtschaftliche und soziale Shutdown durch den Ausbruch des Virus trifft fast alle Unternehmen weltweit in unterschiedlichem Ausmaß:

- Einige Unternehmen haben es vielleicht leichter als andere, auf die aktuelle Situation zu reagieren.
- Viele Unternehmen und Freiberufler müssen vorübergehend ihre Tätigkeit ganz einstellen, was Unternehmen und Arbeitnehmer in eine finanzielle Notlage bringt.
- Andere Unternehmen erleben eine erhöhten Nachfrage nach bestimmten Produkten und müssen die **massiven Anfragen**, mit gleichzeitigen Lieferengpässen und weltweiten Verzögerungen in der Logistik und im Transport managen.
- Fast alle Unternehmer, Freiberufler und Organisationen versuchen, nach alternativen Möglichkeiten, um das wirtschaftliche Überleben zu sichern und müssen mit einem schnellen und **effizienten Change-Management** reagieren.
- Alle Organisationen sind außerdem mit der **Reorganisation der Arbeitsumgebung** konfrontiert, um:
 - erhöhte Sicherheits- und Schutzmaßnahmen für Kunden und Mitarbeiter einzurichten, sowie
 - digitale Kooperationsstrukturen wie Homeoffice, Videokonferenzen, virtuelle Meetings und Veranstaltungen bereitzustellen.

Gleichzeitig steigen die **Anforderungen an die Kommunikation**:

- Die Krise hat eine eigene und kaum vorhersehbare Dynamik, die Unternehmen ein Höchstmaß an Flexibilität in der Kommunikation abfordert.
- Das Informationsbedürfnis der Kunden und Community ist besonders hoch.
- Partner, Investoren und Stakeholder müssen ebenfalls über Entwicklungen informiert werden.

Wie auch immer Ihr Unternehmen von der Coronavirus-Krise betroffen ist, eine **transparente und konstante Kommunikation** hilft Ihnen jetzt, schnell und kontrolliert zu reagieren.

Selbst wenn Sie keinen ausgefeilten Plan für eine Krisensituation haben gibt es wichtige Schritte, die Sie jetzt in der akuten Phase schnell umsetzen können. Denn gerade **Schnelligkeit ist das Gebot der Stunde**, um das Vertrauen und die Loyalität von Mitarbeitern und Kunden zu stärken.

6 Säulen einer guten Krisenkommunikation

Wegweiser durch die Corona-Krise



Eine Krisensituation ist nicht der richtige Zeitpunkt, um Fakten zu verbergen oder jemand anderem die Schuld für die Katastrophe zu geben. Wenn Sie nicht ehrlich sind oder wenn Ihre Botschaft nicht klar ist, riskieren Sie zusätzlich eine unkontrollierbare Kommunikationskrise.

Ein strukturierter und umfassender Informationsaustausch ist die Grundlage einer guten Krisenkommunikation. Sie setzt einen intensiven Dialog zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitern sowie Stakeholdern und Kunden voraus.

Laufende Aktualisierung und Anpassung der Informationen und Beiträge an die aktuellen Entwicklungen stellen sicher, dass Sie mit Ihrer Krisenkommunikation immer einen Schritt voraus sind.

Die erste Priorität in einer Krisensituation ist es, Ihr Team und Ihre Kunden zusammenzuhalten.

Interne Krisenkommunikation

Viele Mitarbeiter werden in irgendeiner Weise vom Ausbruch des Virus betroffen sein, angefangen von einem veränderten Tagesablauf, einer anderen Arbeitsumgebung oder sogar ihrer finanziellen Situation.

Über den Flurfunk und die sozialen Medien verbreiten sich Gerüchte und Fake News fast genauso schnell wie das Virus selbst. Um gefälschten Nachrichten, Verschwörungstheorien, Ängsten und Panik entgegen zu wirken, sollten Sie sicherstellen, dass jeder die Informationen erhält, die er braucht, um ruhig zu bleiben.

Nutzen Sie die Krisenkommunikation, um zu erklären:

- Was passiert?
- Maßnahmen, die Ihr Unternehmen ergreifen wird, um die aktuelle Situation zu bewältigen.
- Was jeder Einzelne tun kann, um einen Beitrag zu leisten.
- Aber auch, dass es einen Tag nach der Krise geben wird und was in der Zwischenzeit zu tun ist.

Allerdings reagieren Menschen in einer Krisensituation sehr unterschiedlich. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kommunikation einfühlsam ist und dass jeder weiß, an wen er sich mit persönlichen Problemen und Ängsten wenden kann.

Denken Sie daran, dass Ihre Mitarbeiter auch Influencer sind und einen wichtigen Kanal zu Kollegen und zur Öffentlichkeit sind. Wenn Sie Ihr Team in die Kommunikation integrieren und es ihnen ermöglichen, die Informationen über die richtigen Kanäle zu verbreiten, können sie die Reichweite Ihrer Informationen um ein Vielfaches erhöhen.

Die Mitarbeiter können auch die Glaubwürdigkeit der Informationen erhöhen, was Vertrauen schafft und auch den Ruf Ihres Unternehmens insgesamt stärkt.



Edeka Mitarbeiterin zeigt durchgeführte Sicherheitsmaßnahmen für Kunden in ihrem Twitter Account

Führen Sie die interne und externe Krisenkommunikation zusammen, um sicherzustellen, dass Ihr Unternehmen mit einer Stimme spricht.

Externe Krisenkommunikation

Die erste Priorität der externen Kommunikation ist, während der gesamten Krisen-Situation Vertrauen aufzubauen und zu laufend stärken, um die Kundenbindung aufrechtzuerhalten.

Egal, ob Ihr Geschäftsbetrieb direkt oder indirekt von der Krise betroffen ist, Ihre Kunden wollen wissen, welchen Einfluss die aktuellen Entwicklungen auf die Geschäftsbeziehung haben und wie Sie mit den Auswirkungen umgehen

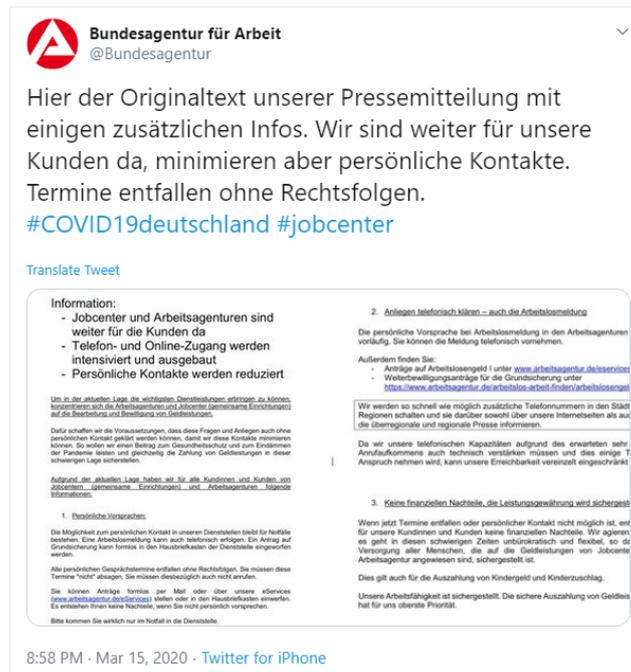
Dabei ist es entscheidend, sich den Bedürfnissen und Sorgen Ihrer Kunden zu stellen und ihnen zu versichern, dass Ihr Unternehmen alles tut, um einen reibungslosen Weiterbetrieb sicherzustellen, zum Beispiel, um eine fortlaufende Lieferung von Produkten und Dienstleistungen zu gewährleisten.

Bleiben Sie jedoch ehrlich. Wenn es erwartet zu Störungen, Verzögerungen oder Änderungen in der Abwicklung oder im Zeitplanung kommt, dann sollten Sie Ihre Kunden auch hierüber laufend und transparent informieren.

Konstanter Informationsfluss

Warten Sie nicht mit der Kommunikation, bis Sie alle Fakten und Antworten an der Hand haben. Das wird zu keinem Zeitpunkt der Fall sein. Besser ist es, alle verfügbaren Fakten und Informationen in Echtzeit zu aktualisieren, um den Kontakt aufrechtzuerhalten, Vertrauen aufzubauen und im weiteren Verlauf der Entwicklungen immer Up-to-date zu sein.

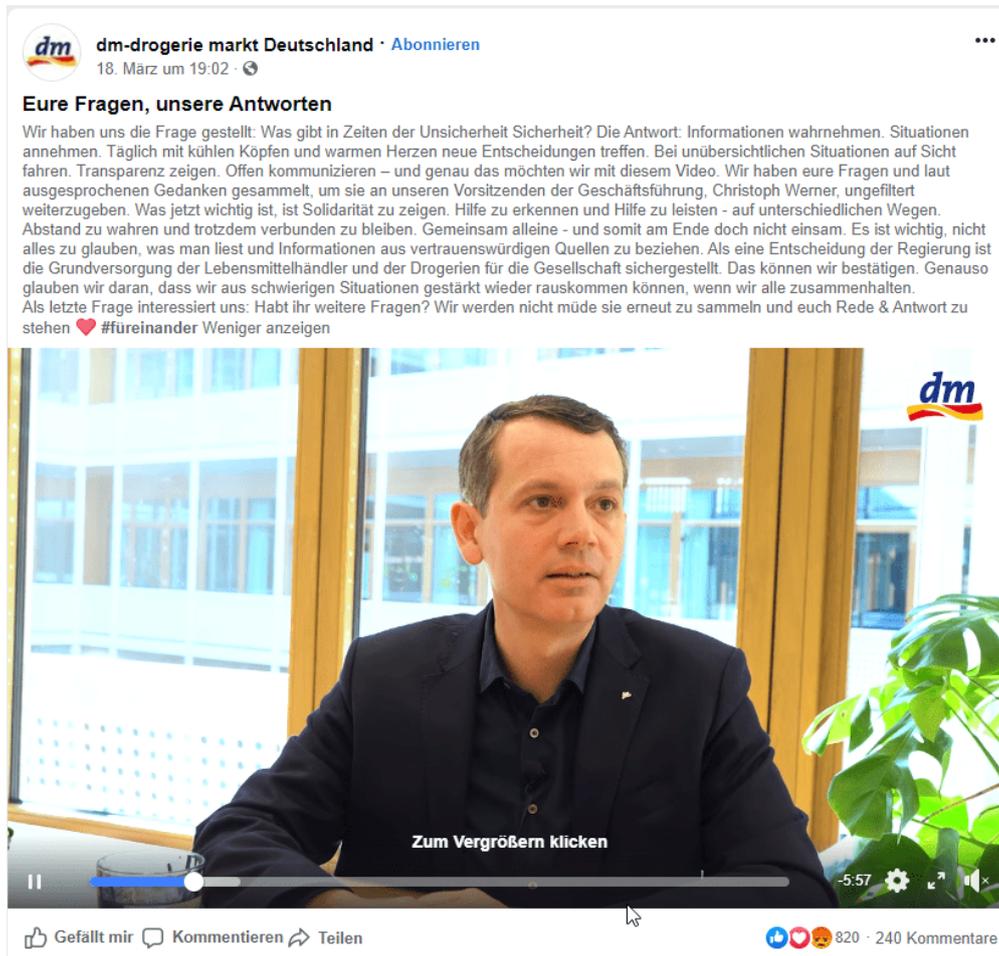
Nutzen Sie alle traditionellen und Online-Medien sowie die Social Media Kanäle, die Ihnen zur Verfügung stehen für die Veröffentlichung, das Seeding und den Austausch Ihrer Informationen. Je mehr Kanäle Sie nutzen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Botschaften bei Ihren Zielgruppen ankommen.



Bundesagentur für Arbeit versendet aktuelle Updates, u.a. auch Originaltexte der Pressemitteilungen

Neue Medien nutzen

Ziehen Sie auch neue Kommunikationsmedien und -wege in Betracht, wie z.B. Live-Übertragungen, Podcasts, Videokonferenzen, Push-Messaging und Echtzeit-Alerts.



dm mit Video-Interview der Geschäftsführung zu Fragen und Antworten der Kunden

Content Marketing: relevante Inhalte in der Krise

Überlegen Sie, auch weitere hilfreiche Informationen und Ratschläge zu Problemen zu kommunizieren, mit denen Ihre Kunden während der Krise konfrontiert sein könnten (und auch an Ihre Mitarbeiter!), wie z. B:

- Aktuelle Informationen über das Virus und wie man es verhindern oder bekämpfen kann.
- Tipps und Erfahrungen von Mitarbeitern, die zu Hause arbeiten.
- Tipps für das Heimtraining, gesunde Ernährung und Kochen, Heimtraining oder wie man mit sozialer Isolation und Quarantäne umgehen kann.
- Zusammenarbeit aus der Ferne mit Online-Tools, Live-Streaming und Videokonferenzen.

Solche Informationen sind **nützlich und hilfreich**, um mit Ihren Kunden und Geschäftspartnern in Kontakt zu bleiben, auch wenn Sie gerade keine aktuellen Unternehmensinformation zu melden haben. So bleiben Sie im Gespräch und können konstant weiter interagieren.

Auch wenn Ihr Unternehmen nicht direkt von der Krise betroffen ist, tragen diese Art von nützlichen und für alle relevanten Informationen dazu bei, **Loyalität und Vertrauen in Ihrer Community zu stärken.**

Empathische Krisenkommunikation

Denken Sie daran, dass alle Medien aktuell Themen aufgreifen, die das Virus betreffen. Dies ist also nicht der richtige Zeitpunkt, um reguläre Unternehmensnachrichten oder Marketingbotschaften zu veröffentlichen.

Auch wenn Ihr Unternehmen nicht direkt von den Auswirkungen betroffen ist oder die Krise gut bewältigt, sollten Sie daran, denken, dass Ihre Kunden sehr wohl darunter leiden könnten. Daher sollten Sie Ihre Marketingbotschaften, entweder empathisch auf die aktuelle Krisen-Themen anpassen oder sie erst einmal aussetzen.

Die Veröffentlichung wertvoller Informationen, die Ihre Zielgruppen informieren und ihnen helfen, mit der aktuellen Situation fertig zu werden, ist das Gebot der Stunde.



Deliana Czech-Toschmakov ▶ Digital Media Women
18. März um 16:13 · 🌐

Hallo ihr lieben,
auch wir von [textbest Textagentur](#) möchten unsere Homeoffice-Best-Practices teilen. Wir nutzen vor allem [Asana](#) und Zoom - alle Tools sowie meine persönliche Erfahrung im Homeoffice mit Kindern 😊 findet ihr im Blogbeitrag.
Meldet euch gerne bei Fragen. Ich wünsche euch allen ein produktives Arbeiten zu Hause!

TEXTBEST.DE
So funktioniert das Corona-Homeoffice – unsere besten Tipps
Viele Betriebe schicken ihre Mitarbeiter ins Homeoffice. Doch gelingt es...

Textbest Agentur teilt Erfahrungen zum Homeoffice

Wenn Sie die Zeit und die Ressourcen haben, dann suchen Sie nach Möglichkeiten, sich **im sozialen Bereich zu engagieren** (Corporate Social Responsibility). Wenn Ihr Unternehmen dazu beitragen kann, die lokale Gemeinde oder das gemeine Sozial- oder Gesundheitswesen bei der Bewältigung der Krise zu unterstützen, nutzen Sie die Chance, **Gutes zu tun und reden Sie darüber**. Auch das stärkt das Vertrauen Ihrer Kunden und auch das Ihrer Mitarbeiter.



marcpesch.de · Abonnieren
19. März um 14:23 · 🌐

Wir kaufen für Euch ein!

Seit Anfang der Woche kaufen wir für ältere Menschen aus der Risiko-Zielgruppe im Großraum Grevenbroich ein. Die BILD-Zeitung, der WDR, NE-WS 89.4, Einslive und viele andere haben bereits berichtet. Auch das Fernsehen war da. Wenn Ihr ältere Menschen in Eurem Umfeld habt, die nicht mehr selbst einkaufen wollen, dann macht sie auf unser Angebot aufmerksam. Wir fahren kostenlos für ein Trinkgeld einkaufen. Es geht ganz einfach. Unter 0179 7682037 oder per Mail an einkaufen@marcpesch.de nehmen wir die Einkaufslisten entgegen, stellen die Einkäufe mit Kassenbon vor die Tür, kassieren und fahren wieder. Hier könnt Ihr Euch das ganze anschauen...
Weniger anzeigen

Lokalzeit
AUS DRÖMMLING

-1:40

Event-Agentur Marc Pesch bietet Einkaufsservice für Bedürftige

Monitoring: Beobachten Sie Nachrichten und Reaktionen

Durch ein konsequentes Monitoring der offiziellen Nachrichten und Informationen von Behörden, führenden Industrieverbänden und öffentlicher Gesundheitsinstitutionen können Sie schnell auf neue Entwicklungen reagieren, die Ihr Unternehmen oder Ihre Zielgruppen betreffen.

Eine Überwachung Ihrer eigenen Kommunikationskanäle in traditionellen und sozialen Medien ist wichtig, um zu analysieren, wie Ihre Zielgruppen auf die Krise und auf Ihre Kommunikationsstrategie reagieren.

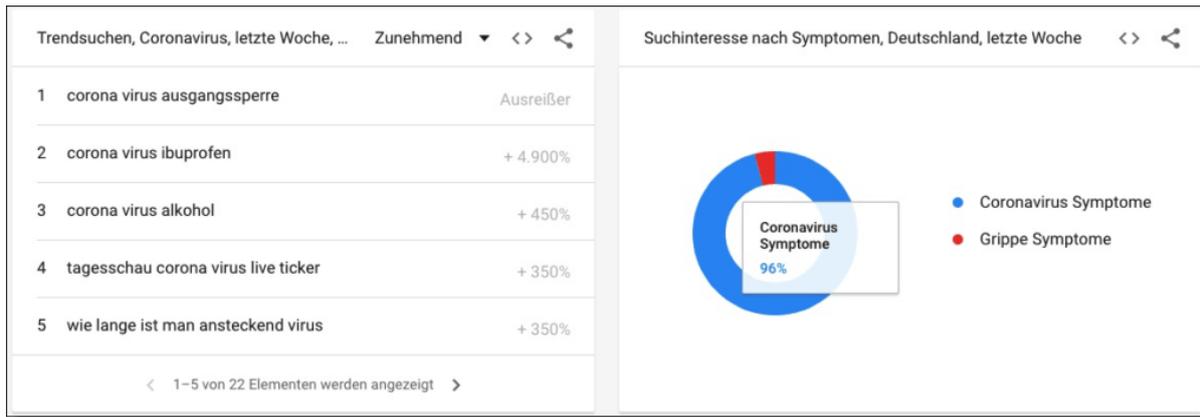
- Sammeln Sie **alle wichtigen offiziellen Informationskanäle** auf einem Dashboard, um z.B. auf aktuelle Nachrichten aufmerksam zu bleiben:
 - Aktuelle Informationen des Robert Koch Instituts über den **Status des Virus und Anweisungen** des Bundesministeriums für Gesundheit und der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zum Umgang mit dem Virus.
 - Informationen zu COVID-19 Mythen und Verschwörungstheorien für **Strategien, auf gefälschte Nachrichten und Gerüchte** zu reagieren.
- **Reisehinweise und Sicherheitsinformationen** von nationalen Gesundheitsbehörden und Außenministerien.
- **Offizielle Bekanntmachungen** von Ministerien für Embargos, zivile Unruhen oder Unterbrechungen des Lieferketten-Managements, soweit sie Ihr Unternehmen betreffen.
- Verfolgen Sie die **aktuellen Diskussionen über Ihr Unternehmen / Ihre Marke** sowie über die aktuellen Sorgen und Nöte Ihre Kunden, um Ihre Kommunikationsstrategie an die jeweilige Situation anzupassen.
- Behalten Sie die aktuelle Nachrichtenlage und das Such- und Diskussionsverhalten Ihrer Kunden im Blick, um die richtigen Themen und Keywords aufzugreifen und auch hierbei auf Veränderungen schnell zu reagieren.

LeseTipp: So funktioniert das Monitoring in digitalen und sozialen Medien

Themen-Recherche: Wonach die Menschen jetzt im Internet suchen?

Informationen zur aktuellen Situation und zu getroffenen Maßnahmen sind genau das, was Ihre Kunden jetzt interessiert. Aber auch Beiträge mit Tipps zur Krisenbewältigung und zum Umgang mit der neuen Situation suchen die Menschen im Internet.

Selbstverständlich wollen die Menschen wissen, wie sie sich vor dem Virus schützen können, das sich auch in Deutschland in einem rasanten Tempo ausbreitet.



Aktuelle Google Trends in Deutschland

Trends für dich

- Trend in Deutschland
#HomeOfficeChallenge
- Trend in Deutschland
#COVID2019de
3.139 Tweets
Stephanie A Kowalski twittert darüber
- Trend in Deutschland
Eigenverantwortung
- Trend in Deutschland
#StayAtHome
61.200 Tweets
Fortuna Düsseldorf und Sonja App twittern darüber
- Trend in Deutschland
#coronavirusdeutschland
18.400 Tweets
Frank Stratmann und Düsseldorf Community twittern darüber

Auch bei Twitter Deutschland sind Themen rund um Corona derzeit das einzige, was Menschen interessiert.

So erstellen Sie Ihren Krisenkommunikations-Masterplan

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.
- Stelle 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, Erklärungen 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
 - Pressemitteilungen und Ad-hoc-Nachrichten
 - E-Mail, Newsletter und Push-Nachrichten
 - Online-Chat
 - Soziale Netzwerke: Twitter, Facebook, LinkedIn, Google My Business, Instagram, 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.

Medien und Inhalte für die Krisenkommunikation

Sie können Ihre Kunden aufgrund der Krisensituation nicht mehr wie bisher beliefern, müssen Ihre Location vorübergehend schließen oder sind nur noch eingeschränkt erreichbar?

Das alles sind unheimlich große Herausforderungen für jedes Unternehmen, sowohl wirtschaftlich als auch kommunikativ. Aber jede Krise mobilisiert auch neue Kräfte und eröffnet neue Chancen.

Egal wie verzweifelt die Lage ist, wenn Sie jetzt die Initiative ergreifen und Ihre Maßnahmen transparent und schnell kommunizieren, vermeiden Sie Gerüchte, Verunsicherungen und Frustration. Damit stärken Sie das Vertrauen und die Loyalität.

Und selbst wenn Ihr Unternehmen momentan nicht direkt von der Krise betroffen ist, oder sogar von der Dynamik profitiert, ist es wichtig, die Kommunikation auf einen empathischen Krisen-Modus zu stellen.

Eine Krise ist nicht die Zeit für reguläre Unternehmensnachrichten, neue Produkt-Launches oder Marketing-Botschaften. Beachten Sie:

- Ihre Adressaten sind möglicherweise stark von der Krise betroffen oder haben Freunde oder Familienangehörige, die unter dem Coronavirus leiden oder sogar daran sterben.
- Die meisten Menschen haben jetzt Angst um ihre Gesundheit und Sicherheit. Sie sind möglicherweise mit Quarantänesituationen, persönlichen Sorgen und Nöten konfrontiert, falls sie oder Angehörige zu den Hochrisiko-Faktoren gehören.
- Unternehmen sind mit schwerwiegenden Folgen durch Schließungen, Auftragseinbrüchen, Engpässen, Problemen mit Lieferketten oder anderen wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert, die auf sie zukommen.
- Arbeitnehmer müssen mit dezentralen Arbeitsstrukturen, Entlassungen, Überstunden oder finanziellen Problemen fertig werden.
- Alleinerziehende und Familien müssen Homeoffice, Arbeit und Kinderbetreuung parallel stemmen.
- Viele Organisationen und Solopreneure fürchten um ihre Existenz.
- Menschen sind durch die Schließung von Geschäften und Servicestellen und einen drohenden Versorgungsengpass verunsichert.
- Die "soziale Distanzierung" fordert ihren Tribut, sowohl in den menschlichen Beziehungen als auch in der Gesellschaft.

Passen Sie Ihre Tonalität und Ihre Botschaften einfühlsam an die aktuelle Krise an. Gestalten Sie Ihre Informationen relevant, hilfreich und unterstützend, um Ihren Zielgruppen bei der Bewältigung der aktuellen Situation zu helfen.

Achten Sie darauf, dass Ihre Botschaften:

- relevant für die aktuelle Situation sind,
- einfühlsam, ehrlich und beruhigend sind, um Vertrauen und Loyalität aufzubauen,
- Anleitung und Unterstützung bei der Bewältigung der Probleme Ihrer Zielgruppen bieten,
- sich konstant und aktuell den dynamischen Entwicklungen anpassen.

Lesen Sie dazu auch die [Empfehlungen von Twitter zur Anpassung der Markenkommunikation für COVID-19](#).

Website und Blog

Ihre Website ist die erste Anlaufstelle für Ihre Kunden, wenn sie nach aktuellen Informationen und Stellungnahmen zur Auswirkung der Krisensituation auf Ihr Unternehmen und den Kundenservice suchen.

Ein Popup Banner oder eine spezielle Information auf der Startseite, ermöglicht es Ihnen, Ihre Kunden am Service Point schnell und umfassend zu informieren und auf weitere Links und weiterführende Informationen zu verweisen.



Mit einem Popup Banner fällt Ihre Botschaft definitiv ins Auge.



Infos direkt auf der Startseite mit aktuellen Tipps und Informationen für Ihre Kunden.

PR-Gateway

KOSTENLOS TESTEN
Anmelden

Services ▾
Lösungen ▾
Fachwissen ▾
Online-Medien
Referenzen
Blog
Preise
Fragen? Tel. +49 2181 160 22 55

Warum Sie Online-PR für die Kommunikation in der Corona-Krise nutzen sollten

- Schnell reagieren
- Vertrauen und Loyalität stärken
- Kommunikation aufrechterhalten

Jetzt schnell und effektiv Kunden und Öffentlichkeit erreichen.

- 1 X Pressemitteilung veröffentlichen
- + 1 X Online-Event bewerben
- + 1 X Krisen-Reporting abrufen

Jetzt Ihre erste Krisen-PR News kostenlos veröffentlichen

14 Tage lang und unverbindlich

Gemeinsam sind wir stärker - wir sind für Sie erreichbar

Die Corona-Krise stellt uns alle vor riesige Herausforderungen. Neben den gesundheitlichen Sorgen und Schicksalen ist das Tagesgeschäft vieler Unternehmen "auf Eis gelegt". Neue Regelungen und Leitlinien zur Corona Krise bestimmen das öffentliche Leben und Unternehmen müssen ihre Prozesse und ihre Kommunikation schnell und flexibel anpassen. Online-Pressmitteilungen helfen Ihnen gerade jetzt, Kunden und Öffentlichkeit schnell und effektiv zu erreichen.

Kommen Sie gut durch die Krise und bleiben Sie gesund!

#GemeinsamGegenCorona
Ihr PR-Gateway-Team

Telefon: +49 2181 160 22 55 | E-Mail: kundenservice@pr-gateway.de

Wegweiser durch die Corona-Krise

Ehrlichkeit, Transparenz, Zuverlässigkeit, Mitgefühl, Konstanz und Aktualität - 6 Grundpfeiler einer empathischen Krisenkommunikation. Mit dieser Newsroom-Sete möchten wir Sie durch die Krise begleiten, Ihnen zur Seite stehen und unsere bestmögliche Unterstützung bieten. Folgendes wird unser Kommunikationsteam Ihnen zur Verfügung stellen:

- Beiträge und Ratgeber für die Krisenkommunikation
- Zum Thema Corona veröffentlichte Pressemitteilungen
- Digitale Tools für die Krisenkommunikation

Schnell reagieren

- Aktualität und konstante Updates sind das Gebot der Stunde.
- Halten Sie Ihre Kunden, Geschäftspartner und die Öffentlichkeit in Echtzeit auf dem aktuellen Stand.
- Passen Sie Ihre Kommunikation der sich fast täglich ändernden Situation flexibel an.

Vertrauen und Loyalität stärken

- Informieren Sie transparent und ehrlich über Ihre Unternehmenssituation.
- Kommunizieren Sie Tipps und Ratschläge, die die Menschen derzeit interessieren.
- Sichern Sie durch eine empathische Kommunikation das Vertrauen und Engagement von Mitarbeitern, Stakeholdern und Kunden.

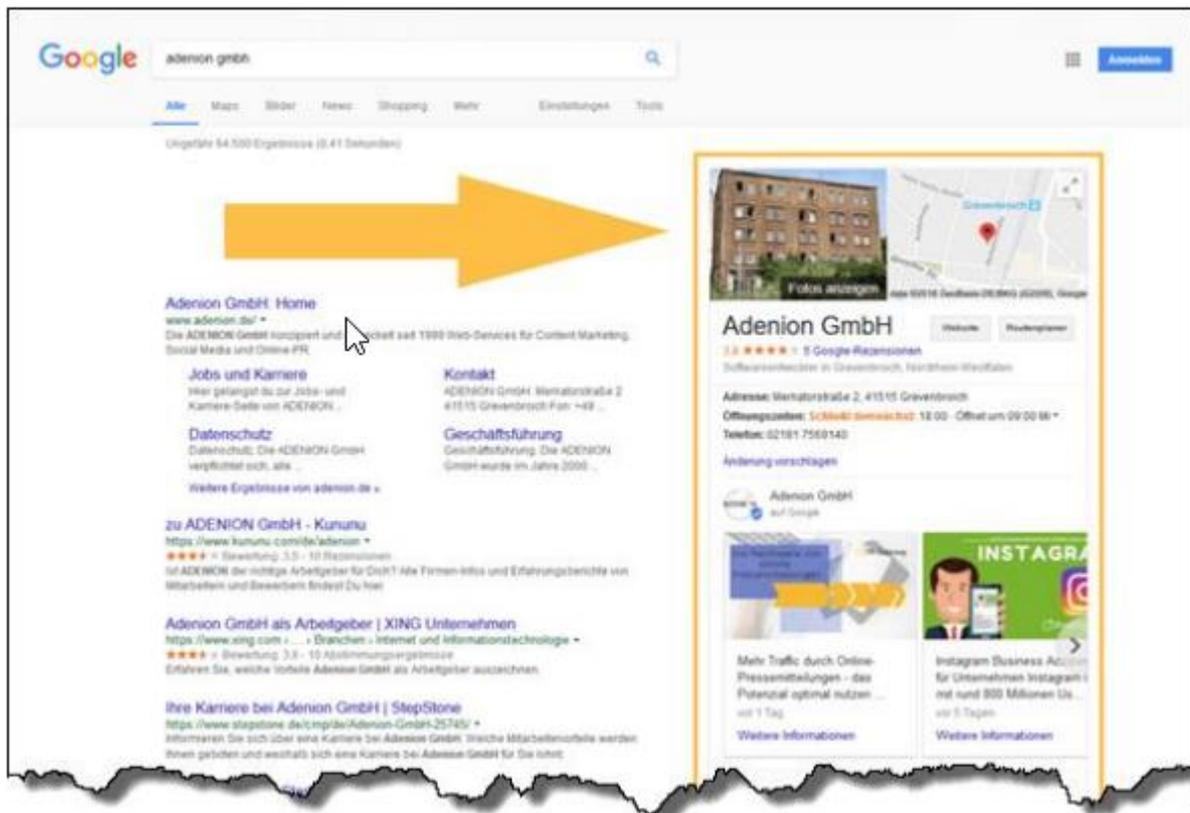
Kommunikation aufrecht erhalten

- Versetzen Sie sich in die aktuelle Situation Ihrer Kunden.
- Geben Sie Antworten auf wichtige Fragen, Sorgen und Bedürfnisse.
- Passen Sie Ihre Markenbotschaften an und setzen Sie die Kommunikation derzeit unpassender Themen aus.

Mit speziellen Landingpages machen Sie Ihre Krisenkommunikation noch zielgerichteter sichtbar.

Google My Business

Für alle Unternehmen, aber besonders für lokale Unternehmen ist Google My Business eine direkte Anlaufstelle für Kunden und Interessenten, die im Internet nach Ihrem Unternehmen suchen. Sollten sich Ihre Öffnungszeiten oder Ihre Kontaktdaten geändert haben, sollten Sie diese Informationen auch auf Ihrem Google-My-Business-Profil aktualisieren und alle aktuellen Informationen zur Krisensituation als Google Posts veröffentlichen.



Kommunizieren Sie veränderte Öffnungszeiten sowie Kriseninformationen direkt auf Google My Business.

Tools für die Automatisierung von Google Posts:

PR-Gateway: Veröffentlichen Sie Ihre Pressemitteilungen auch auf Google My Business.

Blog2Social WordPress Plugin: Veröffentlichen Sie Ihre Webseiten- und Blogbeiträge zur Krisenkommunikation auf Google My Business.

BlogSocial WebApp: Veröffentlichen Sie Google Posts zu aktuellen Infos, Veranstaltungen (z.B. Webinare oder Livestreamings) der Aktionsangeboten bei Google My Business.

E-Mails – so erreichen Sie Ihre Kunden und Interessenten direkt

Jetzt ist die Stunde der Newsletter und E-Mails. Nutzen Sie Ihre bestehenden E-Mail-Verteiler, um Ihre Kunden- und Interessenten über anstehende Veränderungen zu informieren.

COVID-19: Wichtige Informationen rund um Deinen Einkauf

 DEPOT Service <news@my.depot-online.com>
An Monika Zehmisch 17:20

Wenn Probleme mit der Darstellungsweise dieser Nachricht bestehen, klicken Sie hier, um sie im Webbrowser anzuzeigen.



Gemeinsam zu Hause bleiben! #bleibtzuhaus

Liebe Monika,

für uns alle sind diese Tage besonders herausfordernd und wir alle erleben diese Krise gemeinsam. Unsere tiefen Gedanken sind mit allen, die von COVID-19 betroffen sind und den Personen, die alles dafür tun, um diese Notsituation zu meistern. Uns liegt die Gesundheit und Sicherheit unserer Community, Kunden und Kollegen zutiefst am Herzen.

Daher bleiben ab sofort unsere Filialen bis auf weiteres geschlossen, um so unseren Teil gegen die Ausbreitung beizutragen. Wir nehmen die neuesten Entwicklungen sehr ernst und beobachten ganz genau was passiert.

In der Zwischenzeit sind wir jederzeit für Euch da, um Euch die Zeit so schön wie möglich zu machen.

Hierfür bieten wir Euch ab sofort im Onlineshop und in der App eine **versandkostenfreie Lieferung¹** an.

Alle Bestellungen die im Onlineshop getätigt werden, liefern wir weiterhin regulär aus.

Depot informiert Kunden per E-Mail über die Filialschließung und nutzt die Gelegenheit, auf den Onlineshop aufmerksam zu machen. Dafür bietet Depot eine versandkostenfreie Lieferung, um die Loyalität der Kunden aufrecht zu erhalten. Der Hashtag #bleibtzuhaus wirkt außerdem empathisch und verantwortungsvoll.

Allerdings ist bei Aufrufen und beliebten Hashtags wie #StayHome #BleibtZuHause zu beachten, dass sich unter den Adressaten möglicherweise auch Menschen befinden, die in Krankenhäusern oder Supermärkten arbeiten und für die Homeoffice und ein Zuhause bleiben gar nicht möglich ist.

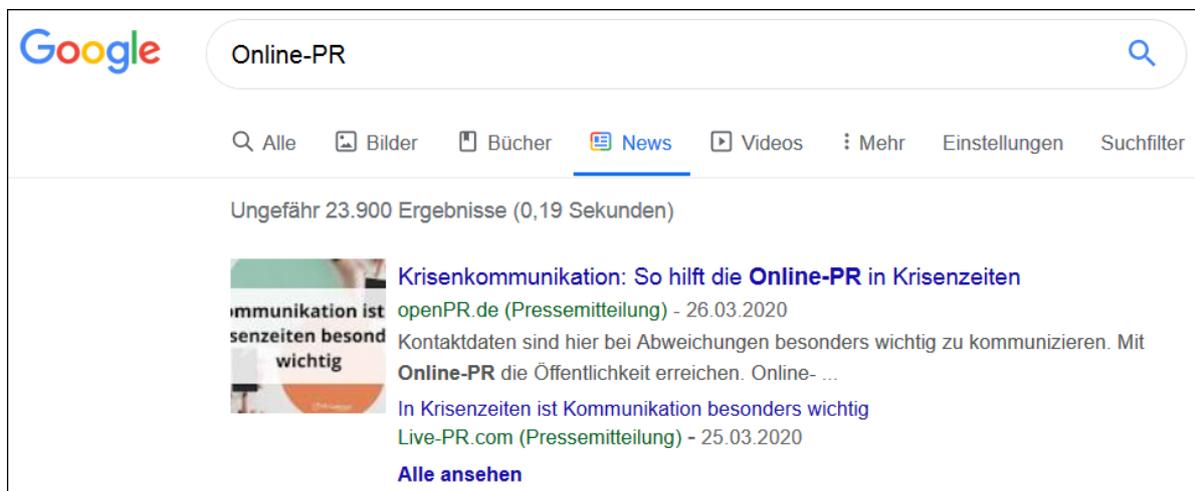
Kommunikation per E-Mail ist wichtig, um Ihre Kunden zu informieren. Doch mit E-Mails erreichen Sie nur Ihre Kunden und Abonnenten.

Online-PR – Damit erreichen Sie auch die Öffentlichkeit

Online-PR bietet Ihnen neue Möglichkeiten und Chancen für Ihre Krisenkommunikation. Denn mit Pressemitteilungen, die Sie auf Online-Medien veröffentlichen, erreichen Sie die Öffentlichkeit mit Ihren aktuellen Informationen aber auch mit relevanten Tipps und Ratschlägen und Angeboten zur aktuellen Krisensituation.

Tipps für die Online-PR in Krisenzeiten

Mit Online-Pressemitteilungen sind Sie unabhängig von Journalisten und Redakteuren, sondern können die Veröffentlichung selbst in die Hand nehmen. Neben Erhöhung der Reichweite, können Sie sich mit Online-PR auch bei Google sichtbar machen.



Tip 1: Visualisieren Sie den Inhalt Ihrer Pressemitteilungen mit einem Pressebild, um besser aufzufallen und schaffen Sie außerdem Sichtbarkeit in der Google-Bildersuche.

Tip 2: Backlinks in Online-Pressemitteilungen führen direkt auf Ihre, beispielsweise auf eine Landingpage zur Corona-Situation.

Tipps 3: Der PR-Distributionservice PR-Gateway unterstützt Sie bei der Veröffentlichung wichtiger Informationen auf den von Ihnen ausgewählten Online-Medien.

Beispiele für Pressemitteilungen in der Krisenkommunikation

(Hinweis: Alle Pressemitteilungen wurden über den PR-Distributionservice PR-Gateway veröffentlicht.)

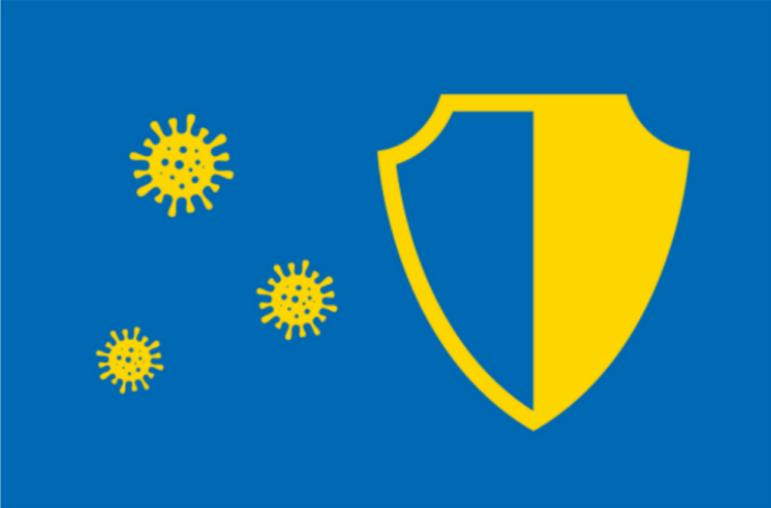
Beispiel 1: Geänderte Geschäftssituation in der Krise

Pressemitteilungen eignen sich vor allem dafür, um Kunden und Öffentlichkeit in der Krisensituation über eine veränderte Geschäftssituation oder Service-Bedingungen informieren möchten.

Krisenkommunikation: Schließung Kundencenter

Wegen Coronavirus: Bigge Energie schließt Kundencenter

Trotz außergewöhnlicher Lage: Energieversorger hält Dienstbetrieb für die Region aufrecht.



Das Coronavirus zwingt bundesweit Unternehmen zu besonderen Schutzmaßnahmen ? so auch Bigge Energie.

PRESSEINFORMATION

BIGGE ENERGIE

18. März 2020

Wegen Coronavirus: Bigge Energie schließt vorerst Kundencenter

 PR-Gateway

Der Energieversorger Bigge Energie informiert seine Kunden über die Schließung seiner Kundencenter, versichert aber gleichzeitig, dass der Dienstbetrieb für die Region aufrecht gehalten wird.

>> Zur Pressemitteilung

Beispiel 2: Informationen und Angebote zur Unterstützung in der Krise

Pressemitteilungen eignen sich auch sehr gut, um Kunden über aktuelle Maßnahmen zur Sicherheit und zum Arbeitsschutz, gerade in der aktuellen Krisensituation zu informieren.

Krisenkommunikation: Arbeitsschutz

Corona: Arbeitsschutz im Betrieb sichern

18. March 2020



Das soziale Leben ist durch die Corona-Pandemie mittlerweile weitestgehend zum Erliegen gekommen. Im Arbeitsumfeld allerdings gehen Unternehmen und deren Mitarbeiter weiter ihrer wichtigen Arbeit nach.

Arbeitsschutzmaßnahmen sind dabei wichtiger denn je. Doch trotz der aktuell schwierigen Situation gibt es notwendige Sicherheitsaspekte über die Virusabwehr hinaus, die beachtet werden müssen. Die Elektroprüfung nach DGUV Vorschrift 3 sollte nicht unnötig verschoben werden. Überlastete Mitarbeiter, die krankgeschriebene Kollegen vertreten, sind im besonderen Maße darauf angewiesen, in einer sicheren und funktionierenden Arbeitsumgebung zu arbeiten. ESG führt die Prüfung zuverlässig und pünktlich unter Einhaltung besonderer Sicherheitsvorkehrungen durch.

 PR-Gateway

Die ESG Elektro Service Gesellschaft mbH führt Elektroprüfungen nach DGUV Vorschrift 3 durch. Sie ruft in der Pressemitteilung dazu auf, diese erforderlichen Prüfungen nicht unnötig zu verschieben, da gerade jetzt die überlasteten Mitarbeiter in Unternehmen darauf angewiesen sind, in einer sicheren und funktionierenden Arbeitsumgebung zu arbeiten. Die ESG informiert außerdem darüber, dass die Prüftechniker im Einsatz sind und weiterhin Prüfungen abnehmen und sich strikt an angepasste Verhaltensregeln zur Virusabwehr halten.

>> [Zur Pressemitteilung](#)

Beispiel 3: Neue Alternativen für Service-Leistungen und Events in der digitalen Welt

Durch das Gebot der „sozialen Distanz“ sind viele Beratungs-, Bildungs- und persönliche Service-Dienstleistungen nicht mehr möglich und auch Veranstaltungen und Events sind abgesagt. Viele Unternehmen suchen Ausweichmöglichkeiten in der digitalen Welt und auch die müssen bekannt gemacht werden.

Krisenkommunikation: Karriere

Trotz Coronakrise Karriere machen: Hamburgs größte Job-, Aus- und Weiterbildungsmesse erstmals virtuell

Hamburgs größte Job-, Aus- und Weiterbildungsmesse wird ins Netz verlegt weiterlesen...



Die Messe wird ins Web verlegt - Foto Rousseaux Media

Aufgrund der aktuellen Coronakrise wird Hamburgs größte Job-, Aus- und Weiterbildungsmesse in den virtuellen Raum verlegt. Unter dem Titel 'Casting für den Traumjob' sollte sie ursprünglich am Dienstag, 31. März, in der Barclaycard Arena stattfinden. Dennoch kann der 31. März zum Einstieg in den Traumjob werden? denn die Aussteller stehen jetzt online zur Verfügung.

 PR-Gateway

Das Medienbüro Christoph Kohlhöfer informiert über die Verlegung von Hamburgs größter Job-, Ausbildungs- und Weiterbildungsmesse „Casting für den Traumjob“ in den virtuellen Raum und lässt auch ein Interview von Messe Initiator Sven Wolter-Rousseaux in die Pressemitteilung einfließen.

>> [Zur Pressemitteilung](#)

Beispiel 4: Angebote und Dienstleistungen für die Digitalisierung

Ähnliche Möglichkeiten bieten auch weitere Angebote und Services zur Digitalisierung, die jetzt besonders gefragt sind, zum Beispiel für Online-Shops, Lager- und Versand-Logistik, Zustellung, aber auch für die Erstellung einer digitalen Infrastruktur in Form von Cloud-Lösungen, IP-Telefonie, dezentrale Kommunikationssysteme, sowie Video-Konferenzen und Streaming.

Krisenkommunikation: Online Apotheken

Online Apotheken unterbrechen potenzielle Infektionsketten



Christian Mauve, Geschäftsführer Mauve Mailorder Software

Essen, 18. März 2020*****Wie wertvoll in Corona-Zeiten Online-Apotheken sind, belegen aktuelle Zahlen. 4.670 Bestellungen im Warenwert von 271.882 Euro haben Kunden am 17.03.2020 allein in der Zeit von 10 bis 14 Uhr nur bei Apotheken-Shops von Mauve* aufgegeben (Quelle: <http://mauvemap.de/>), so viele wie normalerweise an einem ganzen Tag nicht. Dabei erfüllen in diesen Zeiten die in der Branche vielfach geschmähten Versandhandels-Apotheken gleich in mehrfacher Hinsicht einen guten Zweck. Je mehr Kunden online bestellen, desto geringer wird die Gefahr in den Apotheken, dass sich Apotheker und ihre Mitarbeiter mit dem Corona-Virus infizieren. Gleichzeitig verringert sich auch die Gefahr, dass sich Kunden, vor allem die besonders gefährdeten älteren Mitbürger, gegenseitig beim Apotheken-Besuch anstecken. Darüber hinaus stellen die Online-Apotheken auch die Versorgung der in Quarantäne lebenden Mitbürger mit Medikamenten sicher.



Die Pressemitteilung der Mauve Mailorder Software GmbH & Co. KG, einem Anbieter für Tools und Dienstleistungen für die Digitalisierung von Apotheken, informiert über das große Potential von Versand-Apotheken, die mit dem Online-Service auch einen Beitrag zur Eindämmung des Corona-Virus leisten.

>> Zur Pressemitteilung

Krisenkommunikation über Social Media

Über die Social Media Netzwerke erreichen Sie Ihre Kunden, Interessenten, Stakeholder und Mitarbeiter. Darüber hinaus werden neue Zielgruppen auf Sie aufmerksam.

Tipps für Ihr Social-Media-Marketing in Krisenzeiten

Tipps 1: Kommunizieren Sie transparent und empathisch und greifen Sie die aktuellen Fragen und Sorgen Ihrer Kunden und Community aus.

Tipps 2: Richten Sie Ihre aktuelle Social-Media-Kommunikation inhaltlich auf die Krisensituation aus. Verzichten Sie auf übliche Marketingphrasen und Verkaufsbotschaften. Kommunizieren Sie relevante Informationen, helfend und unterstützend. Überarbeiten Sie dazu auch Ihren Redaktionsplan sowie bereits geplante Social Media Posts, denn so manches Thema ist derzeit nicht angebracht oder interessiert gerade niemanden.

Tipps 3: Nutzen Sie für die Social Media Kommunikation die Hashtags, die gerade besonders gesucht sind, wie [#gemeinsamstark](#), [#staysocial](#), [#stayhome](#), [#staysafe](#) [#wirschaffendas](#), [#zusammenhalt](#), [#gemeinsam](#), [#gemeinschaft](#), [#solidarität](#), [#socialdistancing](#) oder [#homeoffice](#).

Damit erreichen Sie auch neue Zielgruppen und präsentieren sich empathisch, doch achten Sie dabei auf die spezielle Situation Ihrer Zielgruppen.

Tipps 4: Doch nicht alles muss sich rund um Corona drehen. Auch Themen zur Ablenkung sind derzeit gefragt. Aber seien Sie dabei derzeit besonders sensibel.

Tipps 5: Nutzen Sie Social Media Tools, wie [Blog2Social](#) (als WordPress Plugin oder WebApp), um die Beiträge und Botschaften auf möglichst viele Kanäle und Posts parallel und zeitsparend veröffentlichen zu können.

Teilen Sie auch Informationen und Links zu aktuellen **Informationen zu wichtigen offiziellen Quellen:**

- Aktuelle Informationen des [Robert Koch Instituts](#) über den **Status des Virus und Anweisungen** des [Bundesministeriums für Gesundheit](#) und der [Weltgesundheitsorganisation \(WHO\)](#) zum **Schutz vor dem Virus**.
- Informationen zu [COVID-19 Mythen](#) und Verschwörungstheorien, um **gefälschte Nachrichten und Gerüchte** zu vermeiden.
- **Reisehinweise und Sicherheitsinformationen von nationalen Gesundheitsbehörden und Außenministerien.**
- **Offizielle Bekanntmachungen** von Ministerien über Embargos, zivile Unruhen oder Störungen des Lieferketten-Managements, soweit sie Ihre Branche und Ihr Unternehmen betreffen.

Beispiele und Ideen für die Krisenkommunikation über Social Media

Beispiel 1: Erste Reaktion und laufende Updates

Die Auswirkungen der Corona-Krise ändern die Bedingungen für Menschen und Unternehmen sich weiter von Tag zu Tag. Neue Vorschriften und Quarantänebeschränkungen zwingen die Menschen, zu Hause zu bleiben und Unternehmen, ihre Betriebe zu schließen. Gerüchte verbreiten sich so schnell wie das Virus selbst. Die Krisenkommunikation muss schnell und klar aktiviert werden, um Kunden und Gemeinden auf dem Laufenden zu halten.



Lidl informiert die Kunden mit Informationen über die fortwährende Öffnung der Filialen und sichert auch den Warenbestand.

Beispiel 2: Alternative Serviceleistungen und Online-Services

Durch das Gebot zur Schließung sind viele Unternehmen, Restaurants, Dienstleister, Bildungs- und Kulturveranstalter, Berater, Künstler sowie Sport- und Freizeitanbieter gezwungen, alternative Service-Angebote und Online-Dienste zur Verfügung zu stellen und das muss natürlich über alle Kanäle kommuniziert werden.



Unser neuer Lieferservice für Zuhause/fürs Büro: Das Besondere: Wir liefern euch die Komponenten unserer Gerichte gekühlt, ihr könnt frei entscheiden, wann ihr sie innerhalb von 2 Tagen warm machen und genießen wollt. Aufwand: ca. 5 Min.

👉 Ihr könnt jederzeit bestellen (24/7), Abholung oder Lieferung nur zwischen 12-20 Uhr, dafür aber 7 Tage die Woche. Wir haben eine größere Auswahl an hochwertigen Gerichten. Mehr auf www.bohai.de

👉 Kleines Geschenk: für jede Bestellung gib... Mehr anzeigen



Das Restaurant Bohai informiert Kunden über neuen Lieferservice fürs Büro oder zu Hause.

Beispiel 3: Tipps und Hilfestellungen zur Corona-Krise

In einer Zeit, in der Menschen, Unternehmen und Organisationen mit beispiellosen Herausforderungen in ihrem täglichen Leben und in ihrem Geschäftsumfeld konfrontiert sind, sind hilfreiche und unterstützende Informationen zur Bewältigung der aktuellen Herausforderungen sehr willkommen. Diese Arten von Informationen sind sowohl für Kunden als auch neue Interessenten attraktiv.

Digitale Tools und Dienste für Homeoffice, Life-Streaming und Videos, VPN und Cloud-Dienste sowie Sicherheitstechnik und Ausrüstung sind jetzt besonders gefragt.

Achten Sie auf eine helfende und unterstützende Tonalität, wenn Sie Ihre Angebote bewerben.



Concardis @ConcardisDE · 27. März

Die aktuelle Lage stellt Ihr Geschäft vor neue Herausforderungen. Stellen Sie Ihr Geschäft auf Liefer-/ **Abholservice** und Onlineshop um - wir unterstützen Sie bei der Umsetzung.

concardis.com/einfach-starten

Jetzt auf **Liefer-/ Abholservice** und **Onlineshop** umstellen.

concardis
nets group

Concardis greift den Bedarf nach Liefer- und Abholservice auf.

Beispiel 4: Nützliche Links und Infos zu Corona

Aktuelle Informationen über die Krisensituation, den Virus und wie Sie sich schützen können, sind wichtige Informationen für Ihre Kunden und Ihre Mitarbeiter.



The image shows a screenshot of a Facebook post from Generali Deutschland AG. The post is dated 17. März um 11:05. The text of the post reads: "Sie sind unsichtbar und lauern überall: Keime, Bakterien und Viren! Gerade angesichts der aktuellen Ausbreitung des Coronavirus deshalb so wichtig: gründliches und regelmäßiges Händewaschen! Doch jeder dritte Deutsche wäscht sich die Hände falsch! Erfahre bei uns, wie du deine Hände richtig wäschst und warum Hygiene so wichtig ist". Below the text is a photograph of a person's hands being washed with soap under a running faucet. The post has 894 likes, 74 comments, and 552 shares. The URL GENERALI.DE is visible above the main title of the post.

Generali Versicherungen mit Aufklärung zum richtigen Händewaschen

Beispiel 5: Informationen abseits von COVID-19

Wenn Menschen mit so vielen alarmierenden Informationen über das Corona-Virus konfrontiert sind, können Ablenkungen willkommen sein. Es hängt nur davon ab, wie Sie diese Botschaft vermitteln und wie diese Botschaften zu der spezifischen Situation Ihrer Kunden passen.

Finden Sie unterhaltsame Wege, um Ihre Kunden aufzumuntern, aber achten Sie darauf, dass die Botschaften zu Ihrem Image und Ihrem Branding passen. Versuchen Sie, eine Balance zwischen fröhlicher und mitfühlender Kommunikation und Ihren offiziellen Unternehmensnachrichten zu finden.



Freiwillige Feuerwehr Friesach 3 Std. · 🌐

#HomeOffice und Kids oder nur #Langeweile.
Kein Problem, Malstifte, Klebstoff oder Wasserfarben raus und nehmt an unseren Malwettbewerb teil. Für alle Teilnehmer gibt es "heiße" Überraschungen.
#stayhome #TeamFriesach #FeuerwehrFriesach



Freiwillige Feuerwehr Friesach 19. März um 10:16 · 🌐 👍 Seite gefällt mir

👤 #basteltdaheim-der FF-Friesach Wettbewerb 🧑🏻

Schulen und Kindergärten sind geschlossen. Eine Zeit der Entschleunigung und zum Träumen.

Ob #Klein oder #Groß: Jede und jeder darf seiner Kreativität freien Lauf lassen. Egal, ob es ein gemaltes Bild vom #TLFA4000 beim Brandeinsatz, ein Bild vom #Feuerwehrmann "Jimmy" oder ein Modell unseres Rüsthauses, der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Denn nur gemeinsam können wir dem Coronavirus den Kampf ansagen.

#Teilnehmen am #basteltdaheim - Wettbewerb

Freiwillige Feuerwehr Friesach unterhält Kinder mit einem Bastelwettbewerb

Wichtige Tools für die Krisenkommunikation

Eine schnelle Themenaufbereitung und Abstimmung sind das Fundament einer effizienten Krisenkommunikation: Informationen, Stellungnahmen und Aktualisierungen müssen allen relevanten Personen jederzeit zur Verfügung stehen, überarbeitet, freigegeben und veröffentlicht werden. Eine Herkulesaufgabe, insbesondere, wenn Teams dezentral und remote arbeiten müssen.

Content-Planung und Collaboration in (dezentralen) Teams

Trello hilft bei der Projektplanung und Abstimmung von Beiträgen und Medien. Das Tool bietet die Möglichkeit, Projekte in Boards und Projektabschnitte in Karten zu organisieren und mit Mitarbeitern und Kollegen zu teilen, um so den Status für alle transparenter zu gestalten.

Alternativen: Asana, Hive

Slack ist ein professionelles Chat-Tool für eine schnelle und einfache Organisation der Kommunikation und Abstimmung im Team. Ähnlich wie bei WhatsApp können bei Slack verschiedene Chatboards und Gruppen-Chats für bestimmte Themen und bestimmte User angelegt werden. Über eine Direct Message kann jeder User mit jedem anderen User oder User-Gruppen gezielt Informationen, Medien und Dokumente austauschen.

Alternativen: Microsoft Teams, Circuit (deutscher Anbieter)

Videokonferenzen und virtuelle Team-Meetings

Zoom ermöglicht Video-Gespräche zwischen 2 Personen oder ganzen Teams, auf dem Desktop oder Smartphone. Sogar in der kostenlosen Variante können bis zu 100 Personen an einem Videocall teilnehmen. Die Dauer eines Meetings ab drei Teilnehmern ist allerdings auf 40 Minuten beschränkt.

Alternativen: Skype und Facetime

Teamviewer ermöglicht das Teilen von Desktops, Dokumenten oder Präsentationen.

Alternativen: Smartsheet, Anydesk

Datenspeicherung und Dokumenten-Transfer

Die Cloud-Dienste Google Drive und One Drive (Microsoft) ermöglichen das Sammeln und gemeinsame Bearbeiten von Dokumenten aller Art. Dokumente aller Art (Texte, Tabellenkalkulation, Präsentationen, Bilder und Videos) können in Ordnersystemen abgelegt und mit unterschiedlichen Zugriffsrechten versehen werden. Textdokumente können im Überarbeitungs-Modus gemeinsam bearbeitet, abgestimmt und freigegeben werden.

Alternativen: Dropbox, Box, Owncloud (deutscher Anbieter)

Wetransfer bietet einen alternativen Cloud-Dienst, um große Dateiformate online zu übertragen, statt per E-Mail zu versenden. Dateien von bis zu 2 GB können kostenlos und ohne Limitierung

hochgeladen werden und verbleiben bis zu 2 Wochen auf dem Service gespeichert. Der Empfänger erhält einen per Email einen Link zum Download, der ohne Registrierung abrufbar ist. Der Transfer erfolgt verschlüsselt.

Alternativen: [Firefox Send](#), [Terashare](#), [Idgard.de](#) (deutscher Anbieter)

Schnelle Text-, Bild- und Videobearbeitung

[One Drive](#) (Microsoft) ermöglicht die gemeinsame Online-Bearbeitung, Abstimmung und Freigabe von Texten und Dokumenten in den bekannten Office-Tools.

Alternativen: [Evernote](#), [Google Drive](#)

Bei der redaktionellen Überprüfung von Online-Texten hilft die kostenfreie [Online-Textanalyse](#). Das Tool zeigt die Lesbarkeit des Textes an und kontrolliert, ob die Länge der Überschrift optimal ist.

PR-Gateway Services ▾ Online-Medien Referenzen Blog Preise **KOSTENLOS TESTEN** Anmelden

Textanalyse Tool: Analysieren Sie kostenlos Ihre Online-Texte, Blogbeiträge und Online-Pressemitteilungen

Sind Ihre Texte fit fürs Internet? Egal, ob Sie eine Online-Pressemitteilung oder einen Blogbeitrag, einen Website-Text oder einen Social-Media-Beitrag schreiben, Online-Texte haben ihre eigenen Regeln und Gesetze. Wie verständlich ist Ihr Online-Text geschrieben? Zu lange, verschachtelte Sätze? Zu viele Füllwörter und Phrasen? Verwenden Sie Keywords? Sind Ihre Keywords an den richtigen Stellen platziert?

Prüfen Sie Ihre Online-Texte auf Lesbarkeit und Lesedauer, Satzlänge und Satzaufbau, Füllwörter, Modalverben, Phrasen und Fremdwörter sowie Keywords und Links.

12 unverzichtbare Tools für Dein Social Media Marketing

Erfolgreiches Social Media Marketing lebt von relevanten Inhalten, Aktualität und von der Interaktion mit der Community. Doch die kontinuierliche Produktion neuer Inhalte, das Content Seeding und die Interaktion mit dem Followern kostet Zeit und Ressourcen. Tools und Plugins helfen Dir, den Workflow effizienter zu gestalten, die Produktivität zu steigern und Deinem Social Media Marketing zum Erfolg zu verhelfen. Die Verbindung Deiner Website bzw. Deines Blogs mit den Social Media Netzwerken spielt für das Marketing und Content Seeding Deiner Inhalte eine wichtige Rolle. Über das Cross-Posting der Beiträge auf den Social-Media-Kanälen lassen sich wertvolle Feedback- und Dialog-Kanäle für mehr Reichweite und Interaktion mit Geschäftskunden und Partnern etablieren.

Die Content-Erstellung, das Content-Seeding sowie die Kommunikation mit Kunden und Followern kostet Zeit. Die folgenden Tools helfen Dir, die vielfältigen Aufgaben der Contentplanung und Distribution sowie der Marketing- und Social Media Kommunikation effizient zu unterstützen, so dass Du mehr Zeit für den individuellen Dialog mit Deinen Kunden hast. Die gelisteten Tools sind erprobte Beispiele für wichtige Funktionen zur Automatisierung, auf die Du nicht verzichten solltest.

- Content- und Redaktionsplanung

Erfolgreiches Social Media Marketing steht und fällt mit den Inhalten. Relevante Inhalte und eine regelmäßige Veröffentlichung das Fundament einer erfolgreichen Marketing- und Social Media Kommunikation. Das lässt sich **nur** mit einer sorgfältigen Planung realisieren.

Trello hilft Dir bei der Projekt- und Redaktionsplanung von Blogbeiträgen, sowie bei der internen Kommunikation. Das Tool bietet Dir die Möglichkeit, Projekte in Boards und Projektabschnitte in Karten zu organisieren und mit Mitarbeitern und Kollegen zu teilen, um **so** den Status für alle transparenter zu gestalten. Auch andere Produktivitäts-Tools, wie Google Drive oder Evernote etc. lassen sich integrieren. Extra Tipp: Für eine schnelle und einfache Organisation der Kommunikation und Abstimmung im Team, eignet sich **auch** Slack als professionelles Chat-Tool.

- Ideengenerierung für das Content Marketing

Relevante Inhalte sind die Währung im Social Web. Nur das, was informativ, nützlich oder unterhaltsam für die Social Media Follower ist wird gelesen, gelikt und geteilt. Um Ideen für **wirklich** interessante Inhalte zu generieren, hilft Dir ein Überblick über die aktuellen Beiträge, Themen und Diskussionen zu Deinen Themen und in Deiner Branche.

Mit Feed Reader Apps wie Feedly oder Inoreader hast Du die Möglichkeit per Keyword interessante Beiträge zu finden oder per RSS-Import wichtige Medienquellen zu speichern, um regelmäßig aktuelle Beiträge zu monitorieren. So kannst Du aktuelle Themen und Inhalte im Auge behalten, um eigene Ideen daraus zu generieren, oder interessante Beiträge auf den Social-Media-Kanälen kuratieren.

Ergebnis der Analyse 88 %
Perfekt! Ihr Text ist top optimiert und erfüllt alle Kriterien für eine gut lesbare Online-Pressemitteilung.

Folgendes hat unsere Analyse ergeben

Anzahl Zeichen: 2.949
Anzahl Silben: 804
Anzahl Wörter: 415
Anzahl Sätze: 21

- Lesbarkeitsindex: 46,90

Überschrift

- Anzahl Zeichen: 56
- Keyword Platzierung
- Anzahl Füllwörter: 0
- Anzahl ausgeschriebener Zahlen: 0

Text

- Lesezeit: 01:43 Minuten
- Anzahl zu langer Sätze: 0
- Anzahl von Perfekt-Sätzen: 0
- Anzahl Füllwörter: 5
- Anzahl Modalverben: 2
- Anzahl "es, dass-Sätze": 0
- Anzahl "indirekte Ansprache": 0
- Anzahl der Anglizismen: 1
- Anzahl der Links: 0
- Anzahl Phrasen: 0

Text als Online-Mitteilung veröffentlichen
bearbeiten
neuen Text analysieren

Alternative für englischsprachige Texte: [Grammarly](#)

PDF24 (deutscher Anbieter) ermöglicht die einfache und schnelle Online-Konvertierung von Dokumenten, Stellungnahmen und Pressemitteilungen zur Krisenkommunikation in **PDF-Formate**.

Alternativen: PDF2Go, Smallpdf

Canva hilft bei der schnellen und einfachen Erstellung von **Bildern, Grafiken, Infografiken, Gifs** oder Memes. Die kostenlose Grundversion bietet eine Vielzahl von professionellen Vorlagen an, die sich einfach an die individuellen Layouts und CIs oder mit importierten Gestaltungselementen anpassen lassen.

Alternativen: Visme, Piktochart, Venngage

EWWW Image Optimizer **komprimiert Bilder** für Websites, Blogs und Social Media, bei gleichzeitigem Erhalt der Bildqualität.

Moovly ermöglicht die einfache und professionelle Erstellung von **Screencasts und animierten Erklärvideos**, ohne große Vorkenntnisse.

Alternativen: PowToon, Prezi, Vyond

E-Mail-, Newsletter und Push-Kommunikation

Die Informationen zur Krisensituation sollten immer auch direkt an die bestehende Kunden- und Abonnenten-Basis gesendet werden.

Icegram bietet für Webseiten und Blogs auf WordPress Basis bietet ein komplettes Paket für die Erstellung von Popups, Welcome Bars und Formularen bis hin zum E-Mail und Newsletter-Management, inkl. Integration in Standard E-Mail-Marketing Lösungen wie MailChimp, Constant Contact, AWeber, Campaign Monitor, GetResponse, InfusionSoft und anderen Diensten.

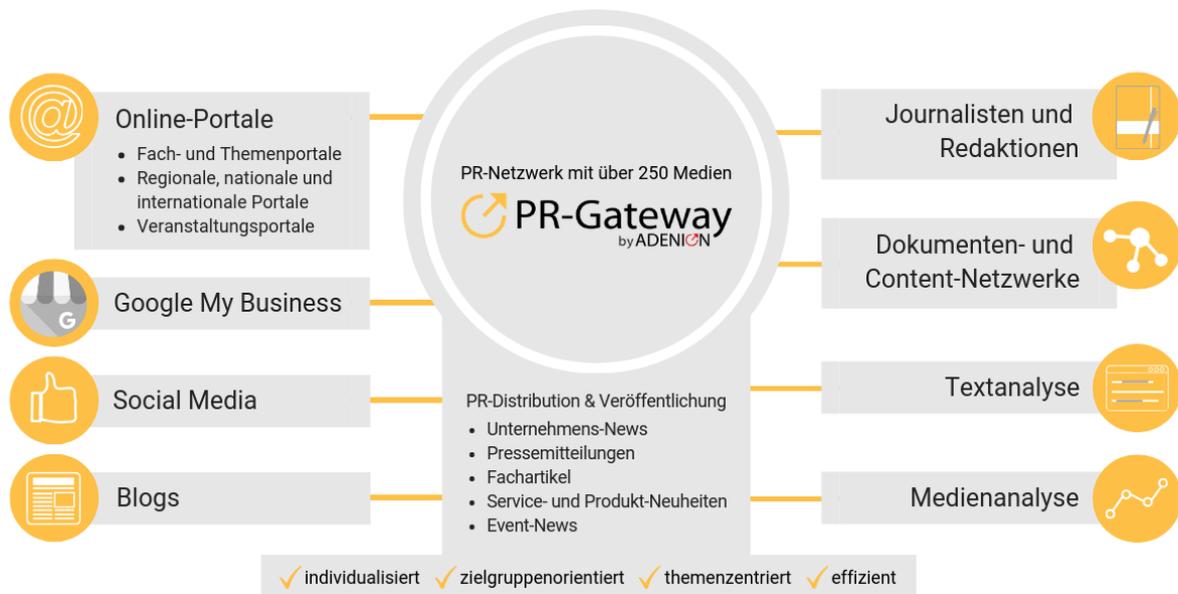
Alternativen: MailChimp, CleverReach

Distribution und Seeding

Eine konstante Veröffentlichung aktueller Informationen und eine weitreichende Veröffentlichung sorgt für mehr Reichweite und Sichtbarkeit in kürzerer Zeit.

Der Distributions-Service PR-Gateway bietet eine einfache crossmediale Distribution Ihrer Pressemitteilungen, Eventankündigungen, Fachartikel und Unternehmensnews an Ihre individuelle Auswahl aus über 250 kostenfreien Presseportalen, Fach- und Themenportalen, Dokumenten-Netzwerken, Google News, Google My Business und Social Media.

Eine automatische Textoptimierung sowie Keyword- und Linküberprüfung Ihres Meldungstextes unterstützt Sie bei der Textgestaltung. Weitere Leistungen sind Bildversand mit automatischer Bildoptimierung, Videoeinbindung, Zeitsteuerung des Versands, Versand Reporting, Realtime Google-Monitoring Ihrer Reichweite, individuelle Pressefächer und vieles mehr.



Schnell
Sofort-Veröffentlichung



Individuell
Über 250 Portale für Ihre individuellen Inhalte



Effektiv
Veröffentlichungen, Reichweite, Sichtbarkeit

» Jetzt Ihre 1. Krisen-PR News kostenlos veröffentlichen

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

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

Presseportal-Report



- ✓ Kennzahlen zu Presseportalen, News-Portalen, Themen- und Branchenportalen, Blogs, Magazinen und Social Media
- ✓ Premium-Portale und Redaktionsverteiler
- ✓ Daten wie Reach pro Monat, Darstellung von Bildern, Links und Videos sowie weitere interessante Fakten
- ✓ Similarweb Ranking und Visits
- ✓ Unterstützung bei der Erstellung Ihrer individuellen Medienauswahl
- ✓ Ranking innerhalb einzelner Portalkategorien und Branchen

[Download Presseportal-Report](#)

Social Media Automatisierung und Planung

Blog2Social ermöglicht eine einfache Social Media Planung und Automatisierung. Mit dem Tool lassen sich Textbeiträge, Links, Bilder und Videos aus beliebigen Quellen automatisiert auf persönlichen Social Media Profilen, Seiten und Gruppen vorplanen, individualisieren und automatisiert teilen. Auf Twitter, Facebook, LinkedIn, XING, Instagram, Pinterest, Flickr, Reddit, Diigo, Bloglovin, VK und als Google Beiträge auf Google My Business. Zusätzlich ist es möglich, Beiträge auf redaktionellen Netzwerken wie Tumblr, Medium oder Torial zu syndizieren. Ein Social Media Kalender hilft bei der Übersicht und Planung.

Smarte Social-Media-Automatisierung

- 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](https://blog2social.com)

Blog2Social nimmt die Routinearbeit ab und schafft mehr Reichweite und Sichtbarkeit in kürzerer Zeit.

Blog2Social wird von über 50.000 Websites und Blogs, Social Media Teams, Agenturen und Unternehmen jeder Größe in mehr als 72 Ländern weltweit eingesetzt.

» [**Blog2Social WordPress Plugin kostenlos testen**](#)

» [**Blog2Social WebApp kostenlos testen**](#)

Redaktionsplanung und Keyword/Hashtag Recherche

Für eine schnelle Reaktion auf die aktuelle Krisensituation ist es wichtig, alle wichtigen Informationsquellen und Social-Media-Kanäle im Blick zu behalten. Dazu gehören die offiziellen Quellen genauso wie aktuelle Branchen-News und Social-Media-Kanäle, um auf aktuelle Fragen, Diskussionen und Trends zu reagieren.

Dashboard-Tools wie Feedly oder Inoreader ermöglicht die einfache Zusammenstellung von Monitoring Dashboards mit Hilfe von Keywords oder RSS-Feeds wichtiger Informations- und Medienquellen.

Zum Beispiel:

Tools für die Suche nach aktuellen Keywords:

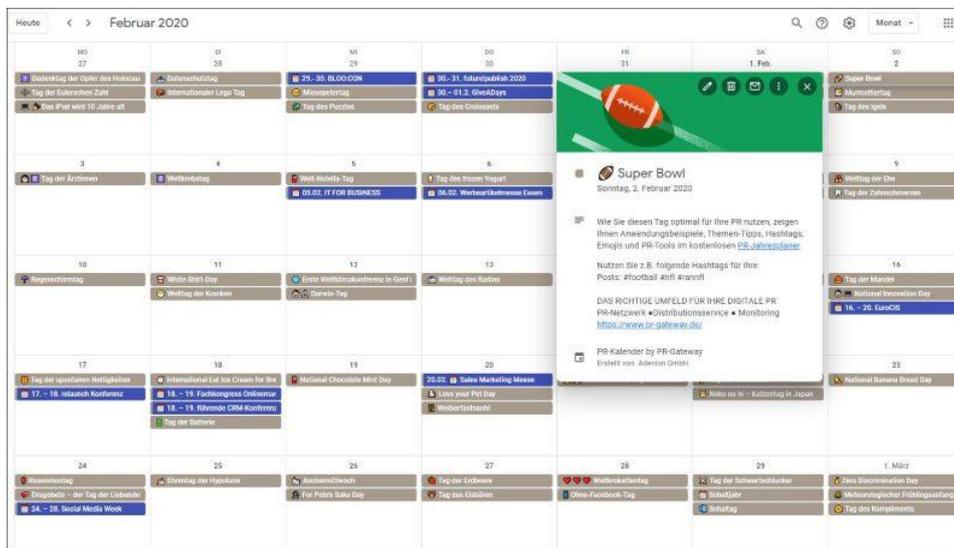
Google Keyword Planner, Keywordtool.io, WordStream.

Tools für die Suche nach Hashtags: Hashtagify, Top-Hashtags, Tagdef, Trendsmap

Content-Ideen und Off-Topic Themen für die Krisenkommunikation

Krisenkommunikation bedeutet nicht, dass alle anderen Kommunikation-Aktivitäten stillstehen müssen. Im Gegenteil, zur Krisenkommunikation gehört ein konstanter Dialog mit der Community, auch über Off-Topic Themen. In einer globalen Krise sind auch Content Marketing und Ablenkung von aktuellen Krisenthemen willkommen.

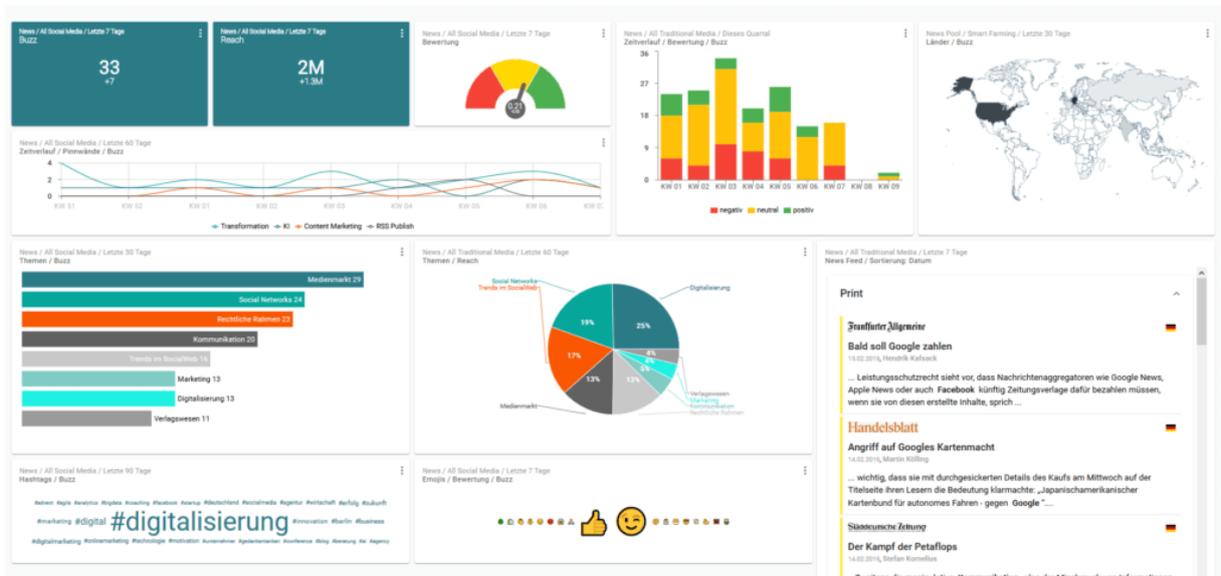
Der kostenlose PR- und Social Media Kalender hilft bei der Ideenfindung und langfristigen Planung von PR- und Social Media Kampagnen. Mit über 1.000 Thementagen, sowie Terminen für Events, saisonale Ereignisse und Feiertage liefert der Kalender PR-Ideen für jeden Tag. Über passende 3.400 Hashtags und 1.400 Emojis erleichtern außerdem die Umsetzung der Kampagnen in den sozialen Medien. Der begleitende PR-Kalender Jahresplaner bietet zusätzlich Expertentipps, Ideen für die saisonale PR-Planung und Tipps für die Umsetzung von Medien und Kampagnen.



Monitoring und Analyse

Google Analytics liefert sicherlich die Standard-Lösung für die Traffic- und User-Analyse auf Blogs und Websites. Die Social Media liefern jeweils eigene Statistiken und Analyse-Tools, um das Verhalten der Follower auf den einzelnen Kanälen zu verfolgen.

Umfassende Möglichkeiten zur Medien- und Themenbeobachtung bietet der NewsRadar® von pressrelations. Mit diesem Tool lassen sich Veröffentlichungen und Nennungen in Online-Medien und auf den Social-Media-Kanälen, sowie wichtige Medien, aktuelle Thementrends und Hashtags zur Krisensituation auf einen Blick beobachten und analysieren.



Dashboard NewsRadar zum Monitoring von Veröffentlichungen, Online-Medien und Social-Media-Kanälen

Zusammenfassung

Eine **schnelle und effiziente Krisenkommunikation** hilft Ihrem Unternehmen, Vertrauen, Loyalität und Engagement von Mitarbeitern und Kunden zu sichern. Unternehmen, die diese Form der Kommunikation nicht nutzen, schaffen Unsicherheit und riskieren den Ruf, den sie sich aufgebaut haben, zu beschädigen.

Um Kunden, Interessenten, Stakeholder und Mitarbeiter kontinuierlich mit aktuellen Informationen zur Krise auf dem Laufenden zu halten, bieten sich digitale Kommunikationsinstrumente wie E-Mails, Online-PR, Social-Media-Kommunikation und Google My Business als Möglichkeiten, schnell und situativ zu informieren.

Ein Krisenkommunikationsplan hilft Ihnen, die **Kommunikationsmaschine schnell und effizient einzusetzen** und die Kontrolle über die Situation zu behalten. Tools und Plugins können den täglichen Workload der Digitalen PR-Kommunikation erheblich unterstützen und sorgen so für mehr Zeit für den persönlichen Dialog mit Kunden und Influencern.

Wir unterstützen Sie mit unseren **Tools für die Verteilung über Online-Medien und die Social Media Automatisierung**, den Veröffentlichungs- und Seeding-Prozess zu beschleunigen, die Reichweite zu erhöhen und gezielt zu steuern.

Bleiben Sie mit Ihren Zielgruppen in Kontakt. Und vor allem: #StaySafe - Bleiben Sie gesund!

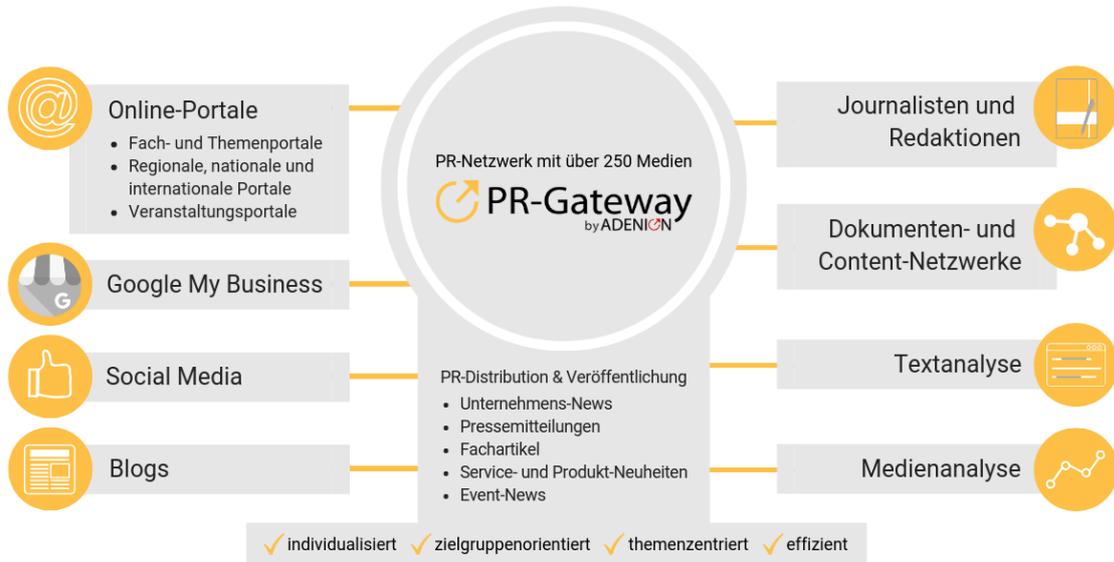
Impressum und Copyright

Dieser Leitfaden 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

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