**Checkliste Krisenkommunikation**

Das A und O im Falle einer Krise ist eine schnelle Reaktion. Die gute Nachricht: Viele Dinge lassen sich vorbereiten und auf alle möglichen Situationen anwenden. Hier kommt deine Checkliste für die Krisenkommunikation.

### Vorbereitung

* **Potenzielle Risiken identifizieren:** Führe eine Risikobewertung durch, um potenzielle Krisen zu identifizieren und zu beheben, die dein Unternehmen beeinflussen könnten.
* **Krisenteam einrichten:** Stelle ein funktionsübergreifendes Krisenkommunikationsteam mit klar definierten Rollen und Verantwortlichkeiten zusammen.
* **Kernbotschaften entwickeln:** Bereite Kernbotschaften vor, die an unterschiedliche Krisenszenarien angepasst werden können, und betone Transparenz, Verantwortungsbewusstsein und eine Verpflichtung zur Lösung.

### Kommunikationsprotokolle

* **Kommunikationskanäle definieren:** Identifiziere primäre Kommunikationskanäle. Intern könnten das Mitarbeiter-App, Intranet, E-Mail, SMS und Führungskräfte sein. Extern stehen zumeist Pressemitteilungen, eine Pressekonferenz, Social Media, Website und die direkte Kommunikation mit den wichtigsten Stakeholder\*innen an erster Stelle.
* **Sprecher\*innen benennen:** Identifiziere und schule klar benannte Sprecher\*innen, die mit den Medien und anderen Stakeholder\*innen kommunizieren.

### Überwachung und Erkennung

* **Überwachungssysteme implementieren:** Richte Systeme ein, um Nachrichten, Social Media und andere Quellen zur Früherkennung potenzieller Krisen zu überwachen. Extern helfen dir dabei Monitoring- und Social-Listening-Tools. Intern lässt sich mit der regelmäßigen Erhebung von [Sentiment- und Alignment-Metriken](https://staffbase.com/de/smart-impact/) gegebenenfalls ein negativer Trend erkennen, der zu einer Krise führen könnte.
* **Meldeverfahren festlegen:** Definiere, wie und wann Teammitglieder eine potenzielle Krise dem Krisenkommunikationsteam melden sollen.

### Reaktion

* **Krisenteam aktivieren:** Aktiviere das Krisenkommunikationsteam sofort, wenn eine Krise auftritt.
* **Situation bewerten:** Sammle genaue Informationen über die Krise, um präzise auf interne und externe Fragen antworten zu können.
* **Erste öffentliche Erklärung:** Gib eine erste öffentliche Erklärung ab, in der die Situation anerkannt, Besorgnis ausgedrückt und das Engagement des Unternehmens zur Bewältigung der Krise dargelegt wird.

### Transparenz und Updates

* **Transparent kommunizieren:** Sei offen und ehrlich, erkenne Fehler an und liefere genaue Informationen.
* **Regelmäßige Updates:** Biete Stakeholder\*innen regelmäßige Updates über [geeignete Kanäle](https://staffbase.com/de/plattform/) an, um sie über Entwicklungen und getroffene Maßnahmen zu informieren.

### Stakeholder-Engagement

* **Mitarbeiterkommunikation:** Kommuniziere zuerst mit den Mitarbeitenden, um sicherzustellen, dass sie informiert und unterstützt werden.
* **Kundenkommunikation:** Gehe auf die Bedenken der Kund\*innen ein und informiere darüber, wie das Unternehmen die Situation angeht.
* **Medienarbeit:** Arbeite eng mit den Medien zusammen, um rechtzeitige und genaue Informationen bereitzustellen und die Erzählung zu steuern.

### Anpassungsfähigkeit

* **Überwachen und Anpassen:** Überwache kontinuierlich die Situation, das Feedback und die Reaktionen der Stakeholder\*innen. Passe die Kommunikationsstrategien nach Bedarf an, um auf sich ändernde Umstände zu reagieren.

### Nachbereitung und Erholung

* **Evaluierung nach der Krise:** Führe eine Bewertung nach der Krise durch, um die Effektivität des Kommunikationsplans zu beurteilen und Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren.
* **Vertrauen wieder aufbauen:** Entwickle Strategien, um Vertrauen und Reputation wiederherzustellen, einschließlich fortlaufender Kommunikation über Korrektur- und Präventivmaßnahmen.