

Checkliste Krisenkommunikation in Zeiten von Corona

1. Taskforce bilden

Eine Taskforce bilden um die Kontrolle zu behalten und die Betriebsfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten. Wer ist für was verantwortlich und bis wann? Das Gremium besteht aus Geschäftsleitung, Personal, Produktion, Marketing/Verkauf und Kommunikation/PR.

2. Krisenszenarien entwickeln

Die Taskforce stellt rasch alle Fakten zusammen und erarbeitet die möglichen Krisenszenarien – vom besten bis zum schlimmsten Fall. Existiert ein Krisenleitfaden, der aktiviert werden kann?

3. Ablaufplan mit Verantwortlichkeiten und Fristen erstellen.

Die Abläufe müssen koordiniert ablaufen, sodass effizient gearbeitet und nach Lösungen gefunden werden kann. Die Taskforce stimmt sich regelmässig bezüglich des weiteren Vorgehens ab. Die Mitglieder informieren aus ihren Verantwortlichkeitsgebieten, damit alle Taskforce-Mitglieder auf dem gleichen Stand sind.

4. Kommunikation

Regelmässige, offene und präzise Kommunikation nach innen und nach aussen basierend auf den vorgängig erarbeiteten Fakten und Botschaften je Ansprechgruppen. Regelmässig intern und extern zielgruppengerecht kommunizieren.

Auch, und gerade, im Fall von Corona gilt: intern vor extern.

Intern: Die Mitarbeitenden müssen rasch und mit richtigen Informationen und Handlungen zum einen geschützt, aber vor allem auch beruhigt und für die Zukunft motiviert werden. Es ist wichtig, dass die Mitarbeitenden nicht nur mit allgemeinen Fakten versorgt werden, sondern dass sie klar informiert werden, was die Situation für das Unternehmen und die Mitarbeitenden bedeutet, sodass wenig Interpretationsspielraum besteht.

Extern: Im Fall von Corona muss zudem rasch mit besonders wichtigen Stellen und Ämtern wie Vermieter, Bank, Versicherungen sowie den Geschäftspartnern, Lieferanten und Kunden schnell das Gespräch gesucht und Lösungen erarbeitet werden. Der Einbezug aller Ansprechgruppen mag auf den ersten Blick als zu aufwendig erscheinen, ist jedoch Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Bewältigung der Krise und bietet gar Chancen, um gestärkt aus dieser hervorzukommen.

***Informierte Mitarbeitende sind motivierte Mitarbeitende
und die besten Botschafter des Unternehmens - auch nach der Krise.***

Jede Krise bringt auch Chancen mit sich.

***Die Chance Gegebenes zu hinterfragen und anders oder besser zu machen. Interne Abläufe,
Datenbanken und Konzepte zu prüfen und zu aktualisieren, um für den Aufschwung oder
die nächste Herausforderung besser vorbereitet zu sein.***