



Kommunikation rund um Corona

Zeitnah, besonnen und transparent in der Krise kommunizieren

Krisenkommunikation umfasst all die Kommunikationsmaßnahmen rund um ungewöhnliche ggf. auch gefährliche Störungen des Betriebsablaufes eines Unternehmens oder einer Organisation – insbesondere, wenn diese gesellschaftlich relevant und gravierend sind.

Egal ob Produktrückrufe, Skandale und Störungen, die in den Medien aufgegriffen werden oder die aktuelle Corona-Krise – Kommunikation in Ausnahmезuständen erfordert ein besonderes Fingerspitzengefühl und starke Nerven.

Hier haben Marketing- und PR-Verantwortliche sowie die Unternehmensführung alle Hände voll zu tun.

Gerade kleinere Organisationen sind schnell überfordert, zeitnah und angemessen zu reagieren. Wir geben Ihnen einige Stichpunkte an die Hand, um die ersten Schritte einer guten Krisenkommunikation zu meistern.

1. Klar, besonnen und transparent!

- Ihre Zielgruppen sind Kinder, Jugendliche, Familien und Pädagog_innen – achten Sie ganz besonders darauf keine Ängste oder Panik zu schüren und in einfachen Worten zu kommunizieren.
- Schon kleine Kinder haben jetzt eine schwere Zeit und müssen auch schlimme Nachrichten ertragen. Bleiben Sie sachlich und vermitteln Sie Zuversicht.
- Kommunizieren Sie ggf. auch Ihre Unsicherheiten und Nöte und bitten Sie ebenfalls um Unterstützung und darum, dass man Ihnen die Treue hält – wir sitzen alle gemeinsam im Boot!

2. Infozentrale auf der Webseite

- Bündeln Sie alle Informationen gezielt auf Ihrer Webseite. Am besten direkt auf der Startseite oder auf einer schnell zu erreichenden Unterseite.
- Ergänzen Sie diese Seite regelmäßig, so dass alle Infos übersichtlich strukturiert und einfach erfassbar sind, so vermeiden Sie verwirrende Informationshäppchen.
- Bereiten Sie die Informationen ggf. für Kinder oder auch für Multiplikator_innen gesondert auf.



3. Informationen im Web aktualisieren

- Facebook, Google MyBusiness etc.:
Sind alle Informationen zu Öffnungszeiten aktuell oder müssen diese übergangsweise angepasst werden?
- Gibt es Storno-Bedingungen, Rückgabe-Optionen etc. für Ihre Leistungen, die jetzt aktualisiert werden sollten? Vielleicht bietet sich hier sogar eine Chance für mehr Verbundenheit, indem Sie mit Bedingungen und Leistungen besonders großzügig sind?

4. Aktuelles in Social Media

- Kommunizieren Sie Veränderungen und neue Maßnahmen zeitnah über Social Media – gerade, wenn es jeden Tag neue Informationen oder Änderungen gibt.
- Verweisen Sie dabei immer auf die zusammengefassten Informationen auf Ihrer Übersichtsseite im Internet.

5. Newsletter oder email-Verteiler und schriftliche Kommunikation

- Informieren Sie Ihre Zielgruppen aktiv über geplante Maßnahmen und benennen Sie Ansprechpartner_innen für Ihren Kunden- und Lieferantenstamm – auch für Kinder!
- Informieren Sie Kund_innen und Lieferant_innen zeitnah, wenn Veranstaltungen nicht durchgeführt oder Verträge nicht eingehalten werden können und suchen Sie gemeinsam nach Lösungen.

6. Offline-Kommunikation

- Überlegen Sie, welche Kommunikation darüber hinaus nötig ist.
- Gibt es Zielgruppen, die nicht online erreichbar sind?
- Können Sie Infoblätter verteilen, Briefe versenden und müssen Sie vor Ort Aushänge machen?

7. Interne Kommunikation nicht vergessen

- Mitarbeitende sollten sich Informationen nicht über die Medien erhalten, sondern von der Unternehmensführung oder den zuständigen Abteilungen informiert werden – auch hier ist eine Übersicht im Intranet angebracht.
- Legen Sie klare Kommunikationsrichtlinien und Zuständigkeiten fest, damit alle Mitarbeitenden auch wissen, wie Sie sich nach außen äußern sollen und dürfen.
 - Informieren Sie Mitarbeitende außerdem regelmäßig per email oder über Aushänge.