

Krisenkommunikation während einer Pandemie – eine Checkliste

Ein Leitfaden von Steff Berger

- VON CHRISTIAN FUNK
- DONNERSTAG, 19. MÄRZ 2020



Der Erkenntnis eine Veranstaltung aufgrund der aktuellen Krise absagen zu müssen, folgt in der Regel die Frage: „Wie gehe ich jetzt am besten vor?“. Kommunikation ist eines der wichtigsten Mittel in der Krise, basiert auf Fakten und folgt bei einer Epidemie/Pandemie den Richtlinien von WHO, RKI und dem Auswärtigen Amt mit seinen Reisewarnhinweisen. Gemeinsam mit Krisenmanagerin Steff Berger haben wir für die aktuelle Situation eine Checkliste für eine angemessene Krisenkommunikation erstellt.

1. Bereiten Sie eine **interne und externe Kommunikation vor**. Mitarbeiter und Partner sollten immer unbedingt als erstes informiert werden.
2. Krisenkommunikation sollte die „**Stimmung**“ der **aktuellen Lage** mit einbinden.
3. **Pressevertreter** sind in Krisen Ihre Unterstützer, solange Krisenkommunikation wahr, eindeutig, lagegemäß, transparent und faktenbasiert ist.

4. **Stakeholder Analyse:** Welche Interessengruppen müssen informiert werden? Wer muss noch informiert werden? Niemanden vergessen!
5. Bereiten Sie **FAQ's mit den wichtigsten Fragen vor:** Tipp: Welche Fragen stellen Sie sich selbst? Welche Fragen stellen sich Ihre Stakeholder? Denken Sie dabei an Aussteller, Lieferanten, Teilnehmer, Referenten, Dienstleister usw.
6. Definieren Sie **interne Ansprechpartner** für Ihr Team und Partner, damit auch bei Korrespondenzen mit Teilnehmern persönliche Fragen direkt von den richtigen Ansprechpartnern beantwortet werden können.
7. Entwerfen Sie offizielle **Textbausteine**, die auch Ihre Partner und Dienstleister in der Kommunikation mit Teilnehmern und Ausstellern nutzen können.
8. **Pressemitteilung** entwerfen/anpassen.
9. Entwerfen Sie Textbausteine für die **verschiedenen Szenarien** Absage, Durchführung oder Verschiebung.
10. Bereiten Sie Textbausteine für die **verschiedenen Medien** vor (Website, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Xing, App etc.).
11. **Mitarbeiterbriefing** inklusive Kommunikationsleitfaden entwickeln.
Achtung: Denken Sie auch daran, Hostessen, Techniker, Cateringpersonal, Registrierungsteam usw. mit einzubinden.
12. Benennen Sie rechtzeitig einen **Pressesprecher** (z.B. CEO), falls Sie keinen Presssprecher in der Firma haben, der bei medienwirksamen Krisen jegliche Kommunikation mit den Medien, aber auch mit den Mitarbeitern übernimmt. Tipp: Moderationskarten und Sprechzettel vorbereiten.
13. **Social Media** unterstützt die schnelle Verbreitung von Informationen, bei einem ‚Shitstorm‘ allerdings müssen wir schnell agieren und reagieren, um die Kommunikation einzufangen. Daher ist es sehr wichtig ein Monitoring zu etablieren.
14. Etablieren Sie eine **interne Kommunikationsstrategie**, die auch die organisatorischen und rechtlichen Maßnahmen zur Geheimhaltung von internen Informationen einbindet. Es besteht auch die Gefahr – bewusst oder unbewusst – dass vertrauliche interne Informationen schon vor einem offiziellen Statement nach außen getragen werden.
15. **Qualität** der Krisenkommunikation bestimmt den Eindruck Ihrer Stakeholder und ggf. der Öffentlichkeit.

16. Als Veranstalter sollten Sie eng mit dem **Location-/ Venue-Team** zusammenarbeiten, diese haben meistens Kontakte zu lokalen, regionalen und nationalen Medien.

Was Sie vermeiden sollten:

1. Nicht reagieren, Fakten ignorieren
2. Lügen, Halbwahrheiten oder Versprechungen machen, die sie nicht halten können
3. Mit Journalisten ‚off the record‘ sprechen
4. Annahmen oder persönliche Meinungen haben nichts in der Krisenkommunikation zu suchen.
5. Kein Kommentar, bedeutet, dass Sie eventuell etwas verheimlichen
6. Auf Fragen antworten, die Sie nicht verstanden haben, - besser nochmals nachfragen.
7. Partner und Mitarbeiter sollten nie nur über die Website oder aus den Medien informiert werden, sondern direkt persönlich von Ihnen.

Expertin: Steff Berger ist Beraterin in der Konferenz- und Veranstaltungsbranche. Zudem ist sie BCM-zertifizierte Krisenmanagerin. Ihr Spezialgebiet ist Krisenmanagement für den MICE-Sektor. Ihre Firma „Vobe – inspires people“ steht seit der Gründung im Jahr 2010 Konferenzverbänden bei der Logistik und Organisation von Veranstaltungen mit bis zu 20.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern in ganz Europa unterstützend und beratend zur Seite. Steff Berger verfügt über mehr als 18 Jahre Erfahrung in der Konferenz- und Eventbranche, spricht regelmäßig auf Veranstaltungen weltweit und hält Workshops, Webinare und Seminare.

www.vobe-inspires-people.com