



Aufbau Krisenmonitoring:

Vorbereitung für den Ernstfall

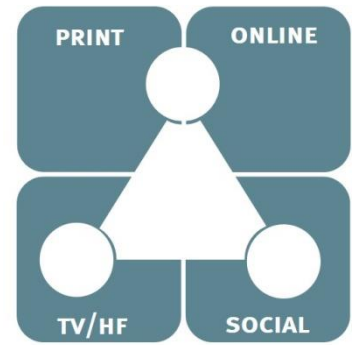
Plötzlich ist sie da, die kommunikative Krise. In manchen Fällen werden Sie damit gerechnet haben, in anderen vielleicht auch nicht. Plötzlich wird Ihr Unternehmen mit Aufmerksamkeit überschüttet, die Sie in dieser Form lieber nicht erhalten hätten. Wichtig ist, dass Sie jetzt ruhig und reaktionsfähig bleiben und jeder im Kommunikationsteam weiß, was zu tun ist.

Um Sie im Falle eines Falles optimal unterstützen zu können, ist es wichtig, gemeinsam bereits im Vorfeld die wichtigsten Weichen zu stellen. Gerne sprechen wir mit Ihnen über die verschiedenen Möglichkeiten.

Damit Sie im Ernstfall ein umfassendes Konzept „in der Schublade“ haben, haben wir für Sie zusammengestellt, welche Aspekte Sie in Bezug auf Ihre Medienbeobachtung im Krisenfall beachten sollten. Gerne beraten wir Sie frühzeitig, damit bei Bedarf alles schnell in die Wege geleitet werden kann.

Im Vorfeld zu klären:

- Wer sind im Krisenfall die Ansprechpartner für die Medienbeobachtung und den Pressespiegel?
- Wer soll wann einen Medienspiegel erhalten?
- Welche Medienkanäle sollten im Krisenfall beobachtet werden?
- Möchten Sie im Krisenfall das Medienset zumindest vorübergehend erweitern (z.B. um Social Media-Quellen)?
- Welches Medienspiegel-Format (Sondermedienspiegel, Auswertung direkt auf Ihr Smartphone, Nutzung einer App ...) benötigen Sie im Ernstfall?
- Wünschen Sie Alertings für Beiträge aus Social Media- Quellen und/oder Onlinemedien?



Im Krisenfall:

- In welchem Format wünschen Sie die Informationen zur Berichterstattung? Können wir Sie z.B. mit der grafischen Aufbereitung der Daten, Management Summaries oder Übersetzungen unterstützen?
- In welchem Turnus möchten Sie über die Medienlage informiert werden? – Ist z.B. ein Update am Nachmittag oder ein Sondermedienspiegel am Wochenende gewünscht?
- Benötigen Sie bereits während der Krise ergänzende Informationen wie z.B. eine Analyse der Tonalität, Hintergründe über die Autoren oder über den Verlauf der Themenkarriere?



Nachbereitung / Prävention für die Zukunft:

- Kennen Sie die Gründe für den Krisenfall? Um welche Art der Krise (z.B. ausgelöst durch einen Fehler, durch eine kritische Berichterstattung, etc.) handelt es sich?
- Lassen sich daraus präventive Maßnahmen für die Zukunft ableiten?
- Kennen Sie die relevanten Influencer und Meinungsführer, die während der Krise aktiv waren? Welche Medien haben besonders kritisch berichtet? Wir empfehlen eine umfassende Nachbereitung, damit Sie sich für die Zukunft optimal aufstellen können.
- Wie soll das laufende Monitoring (oder ggf. die gesamte Kommunikationsstrategie) in der Folge angepasst werden?

pressrelations GmbH Düsseldorf

Klosterstraße 112
40211 Düsseldorf
Tel.: 02 11 175 20 77-0
Fax: 02 11 175 20 77-41

www.pressrelations.de
mail@pressrelations.de

pressrelations GmbH Berlin

Marktstraße 8
10317 Berlin
Tel.: 030 200 0775-21
Fax: 030 200 0775-52

www.pressrelations.de
mail@pressrelations.de