



RM Risk Management AG, Hertistrasse 25, CH-8304 Wallisellen / Zürich | +41 44 360 40 40 | rm@rmrisk.ch | krisenmanagement-resilienz.ch

Checkliste zur Überprüfung der Krisenkommunikation

Audit- und Reifegrad-Checkliste für Krisenkommunikation, Krisenkommunikationskonzept, Krisenstab, Rollen, Freigaben, Medienarbeit, Social Media, Vorlagen und Übungen.

Organisation	
Standort / Bereich	
Datum	
Durchgeführt durch	
Teilnehmende	

Ziel der Checkliste

Diese Checkliste dient zur strukturierten Überprüfung der Krisenkommunikation. Sie kann für interne Audits, Workshops, Standortbestimmungen, Krisenstabsübungen oder Lessons Learned nach realen Ereignissen eingesetzt werden.

Bewertung

Bewerten Sie jedes Prüfkriterium mit Ja, Teilweise oder Nein. Empfehlung für die Auswertung: Ja = 2 Punkte, Teilweise = 1 Punkt, Nein = 0 Punkte. Priorisieren Sie alle Nein- und Teilweise-Punkte im Massnahmenplan.

Anwendung und Bewertungslogik

Die Checkliste prüft, ob die Krisenkommunikation strategisch verankert, organisatorisch geregelt, operativ nutzbar und in Übungen erprobt ist. Sie ist bewusst praxisorientiert aufgebaut und kann sowohl für grosse Unternehmen als auch für KMU, öffentliche Organisationen und kritische Dienstleister verwendet werden.

Empfohlenes Vorgehen

Schritt	Phase	Beschreibung
1	Vorbereitung	Krisenkommunikationskonzept, Krisenstabsunterlagen, Kontaktlisten, Vorlagen, Übungsberichte und vorhandene Medien-/Social-Media-Prozesse bereitstellen.
2	Bewertung	Jedes Prüfkriterium mit Ja, Teilweise oder Nein bewerten und die Begründung im Feld Nachweis / Massnahme erfassen.
3	Reifegrad	Punkte je Bereich und Gesamtergebnis berechnen. Schwächen mit hoher Krisenwirkung priorisieren.
4	Massnahmenplan	Verantwortlichkeiten, Termine und Status für alle relevanten Verbesserungsmassnahmen festlegen.
5	Nachverfolgung	Fortschritt periodisch prüfen, Vorlagen aktualisieren und Massnahmen in Übungen validieren.

Reifegradmodell

Reifegrad	Orientierungswert	Interpretation
1 - Initial	0-30 %	Krisenkommunikation ist kaum geregelt. Hohe Abhängigkeit von Einzelpersonen und Improvisation.
2 - Grundlegend	31-50 %	Einzelne Grundlagen sind vorhanden, aber Rollen, Freigaben, Vorlagen oder Übungen sind unvollständig.
3 - Definiert	51-70 %	Konzept und Prozesse sind weitgehend beschrieben, müssen aber stärker operationalisiert oder getestet werden.
4 - Etabliert	71-85 %	Krisenkommunikation ist organisatorisch verankert, mit Krisenstab verbunden und weitgehend praxistauglich.
5 - Optimiert	86-100 %	Krisenkommunikation ist trainiert, dokumentiert, aktualisiert und in die kontinuierliche Verbesserung eingebunden.

Inhaltsübersicht

Die Prüfkriterien sind in 15 Themenbereiche gegliedert. Die Struktur deckt die gesamte Wertschöpfung der Krisenkommunikation ab - von Strategie und Konzept über Krisenstab, Medienarbeit und Social Media bis zu Training, Vorlagen und Lessons Learned.

Bereich	Thema	Anzahl Kriterien
A	Strategische Grundlagen der Krisenkommunikation	8
B	Krisenkommunikationskonzept	10
C	Krisenkommunikation im Krisenstab	10
D	Rollen, Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse	9
E	Anspruchsgruppen und Stakeholder-Kommunikation	8
F	Interne Krisenkommunikation	8
G	Externe Krisenkommunikation: Medien, Kunden, Behörden, Öffentlichkeit	8
H	Medienarbeit und öffentliche Auftritte	8
I	Social Media, Monitoring und Umgang mit Fake News	9
J	Sprachregelungen, Kernbotschaften und Q&A;	9
K	Krisenkommunikation bei Cyberangriffen	8
L	Unfälle, Reputationskrisen und Betriebsunterbrüche	8
M	Vorlagen und Hilfsmittel für die Krisenkommunikation	10
N	Training, Medientraining und Krisenstabsübung	8
O	Dokumentation, Nachbearbeitung und kontinuierliche Verbesserung	7

A. Strategische Grundlagen der Krisenkommunikation

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
A01 Die Krisenkommunikation ist als Bestandteil des Krisenmanagements formal beschrieben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A02 Die Geschäftsleitung hat Ziele, Grundsätze und Erwartungshaltung zur Krisenkommunikation definiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A03 Es gibt eine klare Verbindung zwischen Krisenkommunikation, Krisenstab und Lagebild.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A04 Die Organisation hat ihre wichtigsten Kommunikationsrisiken identifiziert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A05 Kritische Anspruchsgruppen sind bekannt und nach Relevanz priorisiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A06 Die Krisenkommunikation berücksichtigt Reputation, Vertrauen, Recht, Compliance und operative Lagebewältigung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A07 Es ist definiert, wann die Krisenkommunikation aktiviert wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
A08 Die Krisenkommunikation wird regelmässig überprüft und aktualisiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

B. Krisenkommunikationskonzept

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
B01 Ein aktuelles Krisenkommunikationskonzept liegt vor und ist freigegeben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B02 Das Konzept beschreibt Zweck, Geltungsbereich, Aktivierung und Eskalationslogik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B03 Kommunikationsziele, Kommunikationsgrundsätze und Tonalität sind festgelegt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B04 Interne und externe Kommunikationsprozesse sind nachvollziehbar beschrieben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B05 Das Konzept enthält Abläufe für Erstmeldung, Folgekommunikation und Abschlusskommunikation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B06 Schnittstellen zu Krisenmanagement, Business Continuity, Cyber Security, HR und Legal sind geregelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B07 Das Konzept beschreibt den Umgang mit nicht bestätigten Informationen und Unsicherheiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B08 Es gibt definierte Kommunikationskanäle für verschiedene Zielgruppen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B09 Das Konzept ist auch bei Ausfall von IT-Systemen oder Kommunikationsmitteln nutzbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
B10 Das Konzept wurde in einer Übung oder einem realen Ereignis getestet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

C. Krisenkommunikation im Krisenstab

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
C01 Die Kommunikationsfunktion ist im Krisenstab vertreten oder fest angebunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C02 Die Kommunikation erhält laufend Zugriff auf aktuelles Lagebild und Entscheidungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C03 Kommunikationsbedarf ist ein fixer Punkt in der Krisenstabsagenda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C04 Die Kommunikationslage wird regelmässig beurteilt und dokumentiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C05 Kommunikationsmassnahmen werden mit operativen Massnahmen abgestimmt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C06 Der Krisenstab entscheidet rechtzeitig über interne und externe Kommunikation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C07 Medienanfragen, Social-Media-Dynamik und Stakeholderreaktionen werden in die Lagebeurteilung einbezogen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C08 Der Kommunikationsstatus ist im Massnahmenplan des Krisenstabs sichtbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C09 Es gibt klare Eskalationswege für reputationskritische Aussagen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
C10 Die Kommunikationsarbeit wird im Krisenstabsprotokoll oder Kommunikationslogbuch dokumentiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

D. Rollen, Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
D01 Rollen für Geschäftsleitung, Krisenstabsleitung, Kommunikation, Mediensprecher, Legal, HR und Fachbereiche sind definiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D02 Stellvertretungen für alle kritischen Kommunikationsrollen sind bestimmt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D03 Es ist klar, wer Medienstatements formuliert, prüft, freigibt und veröffentlicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D04 Der Freigabeprozess ist schnell, einfach und auch ausserhalb der Bürozeiten anwendbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D05 Rechtliche, regulatorische und datenschutzbezogene Prüfungen sind im Prozess berücksichtigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D06 Der Mediensprecher oder die Mediensprecherin ist vorbereitet und trainiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D07 Fachverantwortliche liefern belastbare Informationen in definierter Form.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D08 Kommunikation und Kundenmanagement sind bei kundenrelevanten Ereignissen koordiniert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
D09 Es gibt eine Regelung für Aussagen von Mitarbeitenden gegenüber Medien und Öffentlichkeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

E. Anspruchsgruppen und Stakeholder-Kommunikation

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
E01 Eine Stakeholder-Matrix für Krisenereignisse ist vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E02 Mitarbeitende, Führungskräfte, Kunden, Behörden, Medien, Eigentümer, Partner und Lieferanten sind berücksichtigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E03 Für jede Zielgruppe sind Informationsbedarf, Kanäle und Priorität definiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E04 Betroffene Personen, Angehörige oder Nachbarschaft werden in relevanten Szenarien berücksichtigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E05 Key Accounts und kritische Partner können gezielt und priorisiert informiert werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E06 Kontaktlisten sind aktuell, zugänglich und auch offline verfügbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E07 Es ist definiert, wer welche Zielgruppe aktiv informiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
E08 Kommunikation an verschiedene Anspruchsgruppen ist inhaltlich konsistent und zeitlich abgestimmt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

F. Interne Krisenkommunikation

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
F01 Es gibt klare interne Kommunikationswege für Krisensituationen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F02 Führungskräfte erhalten frühzeitig Briefings und Sprachregelungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F03 Mitarbeitende werden zeitnah über Lage, Verhaltenserwartung und nächste Schritte informiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F04 Interne Kommunikation funktioniert auch bei Ausfall von E-Mail, Intranet oder Collaboration Tools.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F05 HR ist in personenbezogene, arbeitsrechtliche und mitarbeiterbezogene Kommunikation eingebunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F06 Standorte, Schichtbetrieb, Aussendienst und Homeoffice werden berücksichtigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F07 Es gibt vorbereitete Vorlagen für interne Erstinformation und Folgeupdates.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
F08 Rückfragen von Mitarbeitenden können kanalisiert und beantwortet werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

G. Externe Krisenkommunikation: Medien, Kunden, Behörden, Öffentlichkeit

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
G01 Externe Kommunikationskanäle und Zuständigkeiten sind definiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G02 Kundeninformationen sind nach Kundengruppe, Kritikalität und Betroffenheit steuerbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G03 Die Kommunikation mit Behörden, Regulatoren oder Baulichtorganisationen ist geregelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G04 Es gibt Prozesse für Medienanfragen, Statements, Interviews und Medienmitteilungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G05 Öffentliche Informationen sind mit interner Kommunikation abgestimmt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G06 Aussagen zu Ursachen, Schäden, Verantwortlichkeiten und Zeitplänen werden vor Veröffentlichung geprüft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G07 Die Organisation kann rasch eine zentrale Informationsquelle bereitstellen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G08 Lieferanten, Partner und Dienstleister werden in relevanten Szenarien eingebunden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

H. Medienarbeit und öffentliche Auftritte

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
H01 Eine zentrale Medienstelle ist definiert und erreichbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H02 Medienanfragen werden protokolliert, priorisiert und koordiniert beantwortet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H03 Es gibt freigegebene Grundsätze für Interviews, Hintergrundgespräche und schriftliche Antworten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H04 Mediensprecher kennen Kernbotschaften, Nicht-Botschaften und Eskalationsregeln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H05 Vorbereitete Medienmitteilungen und Holding Statements sind vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H06 Kritische Fragen werden in Q&A-Dokumenten; vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H07 Medienauftritte werden bei schwerwiegenden Krisen durch Geschäftsleitung oder Fachpersonen unterstützt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H08 Nach Medienkontakten erfolgt eine Auswertung von Berichterstattung und Wirkung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

I. Social Media, Monitoring und Umgang mit Fake News

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
I01 Social-Media-Monitoring ist für Krisenlagen vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I02 Relevante Plattformen, Keywords, Hashtags und Medienquellen sind definiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I03 Gerüchte, Falschinformationen und kritische Narrative werden systematisch bewertet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I04 Es ist definiert, wann auf Social Media reagiert, korrigiert oder bewusst nicht reagiert wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I05 Freigabeprozesse für Social-Media-Statements sind krisentauglich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I06 Eine zentrale Informationsquelle oder Darksite kann kurzfristig aktiviert werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I07 Screenshots und kritische Online-Beiträge werden dokumentiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I08 Die Organisation kann Falschinformationen sachlich und nachvollziehbar korrigieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
I09 Social-Media-Erkenntnisse fliessen in das Lagebild des Krisenstabs ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

J. Sprachregelungen, Kernbotschaften und Q&A;

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
J01 Es gibt vorbereitete Kernbotschaften für typische Krisenszenarien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J02 Holding Statements können rasch angepasst und veröffentlicht werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J03 Q&A-Dokumente; für Medien, Kunden, Mitarbeitende und Führungskräfte sind vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J04 Botschaften beantworten Lage, Massnahmen, Betroffenheit und nächste Schritte.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J05 Unsicherheiten werden transparent kommuniziert, ohne zu spekulieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J06 Nicht freigegebene Aussagen und No-Go-Formulierungen sind definiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J07 Sprache ist klar, sachlich, empathisch und zielgruppengerecht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J08 Aussagen werden laufend an neue Lageinformationen angepasst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
J09 Alle Versionen von Botschaften und Q&A; werden kontrolliert und dokumentiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

K. Krisenkommunikation bei Cyberangriffen

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
K01 Cyber-Krisenkommunikation ist im Konzept separat berücksichtigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K02 IT, Datenschutz, Legal, Compliance, Kommunikation und Geschäftsleitung arbeiten im Cyberereignis koordiniert zusammen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K03 Kommunikation zu betroffenen Systemen, Daten, Leistungen und Schutzmassnahmen ist vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K04 Meldepflichten und Behördenkontakte bei Datenschutz- oder Cyberereignissen sind geklärt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K05 Kundeninformationen zu Datenrisiken, Unterbrüchen und Verhaltensanweisungen sind vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K06 Mitarbeitende erhalten klare Hinweise zu Phishing, Passwortwechsel, Systemnutzung oder Meldewegen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K07 Kommunikation mit IT-Dienstleistern, Versicherern und Forensikpartnern ist geregelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K08 Cyber-Krisenkommunikation wurde in einer Übung getestet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

L. Unfälle, Reputationskrisen und Betriebsunterbrüche

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
L01 Für Unfälle, Personenschäden oder Evakuierungen gibt es eigene Kommunikationsleitlinien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L02 Empathische Kommunikation gegenüber Betroffenen, Angehörigen und Mitarbeitenden ist vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L03 Kommunikation bei Betriebsunterbrüchen ist mit Business Continuity Management abgestimmt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L04 Kunden werden bei Leistungsunterbrüchen über Auswirkungen, Alternativen und nächste Updates informiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L05 Reputationskrisen werden mit Geschäftsleitung, Legal, Compliance und Kommunikation gemeinsam bewertet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L06 Kommunikationsmassnahmen bei Produktrückruf, Compliance-Fall oder öffentlichem Vorwurf sind vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L07 Es gibt Regeln zum Umgang mit Schuldzuweisungen, Ursachenannahmen und laufenden Untersuchungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
L08 Szenariospezifische Vorlagen sind vorhanden und aktuell.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

M. Vorlagen und Hilfsmittel für die Krisenkommunikation

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
M01 Krisenkommunikationsplan und Rollenübersicht sind verfügbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M02 Aktuelle Kontaktlisten und Verteiler sind vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M03 Vorlagen für Erstmeldung, Medienmitteilung und Statement sind vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M04 Vorlagen für Mitarbeitendeninformation, Führungskräftebriefing und Kundeninformation sind vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M05 Vorlagen für Behördeninformation, Partnerinformation und Lieferanteninformation sind vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M06 Q&A-Vorlagen; und Sprachregelungen sind vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M07 Ein Kommunikationslogbuch oder Protokolltemplate ist vorbereitet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M08 Darksite- oder Kriseninformationsseiten-Textbausteine sind vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M09 Checklisten für Freigabe, Medienanfragen und Social Media sind vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
M10 Vorlagen sind in mehreren Sprachen vorhanden, sofern für die Organisation relevant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

N. Training, Medientraining und Krisenstabsübung

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
N01 Kommunikationsrollen werden regelmässig geschult.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N02 Mediensprecher und Geschäftsleitung absolvieren Medientrainings.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N03 Krisenkommunikation ist Bestandteil von Krisenstabsübungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N04 Tabletop-Übungen testen Freigaben, Botschaften und Zielgruppenkommunikation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N05 Social-Media-Dynamik und Medienanfragen werden in Übungen realistisch simuliert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N06 Cyber-Krisenübungen prüfen die Abstimmung zwischen IT, Datenschutz, Legal und Kommunikation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N07 Übungsergebnisse werden dokumentiert und in Verbesserungsmassnahmen überführt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
N08 Neue Rolleninhaber werden systematisch in Konzept, Prozesse und Vorlagen eingeführt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

O. Dokumentation, Nachbearbeitung und kontinuierliche Verbesserung

Prüfkriterium	Ja	Teilw.	Nein	Nachweis / Massnahme / Bemerkung
O01 Kommunikationsentscheidungen, Freigaben und Veröffentlichungen werden dokumentiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O02 Nach Krisen oder Übungen wird eine strukturierte Nachbesprechung durchgeführt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O03 Medienresonanz, Social-Media-Reaktionen und Stakeholderfeedback werden ausgewertet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O04 Lessons Learned werden in Konzept, Vorlagen und Trainings integriert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O05 Kennzahlen wie Reaktionszeit, Freigabezeit, Reichweite und Fehlerquote werden analysiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O06 Die Aktualität von Kontakten, Vorlagen und Zuständigkeiten wird regelmässig geprüft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
O07 Die Geschäftsleitung erhält periodisch Bericht zum Reifegrad der Krisenkommunikation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Auswertung und Gesamtreifegrad

Tragen Sie je Bereich die erreichten Punkte ein. Berechnung: Ja = 2 Punkte, Teilweise = 1 Punkt, Nein = 0 Punkte. Der Gesamtreifegrad ergibt sich aus erreichte Punkte geteilt durch maximale Punkte.

Bereich	Max. Punkte	Erreichte Punkte	Reifegrad / Kommentar
A. Strategische Grundlagen der Krisenkommunikation	16		
B. Krisenkommunikationskonzept	20		
C. Krisenkommunikation im Krisenstab	20		
D. Rollen, Verantwortlichkeiten und Freigabeprozesse	18		
E. Anspruchsgruppen und Stakeholder-Kommunikation	16		
F. Interne Krisenkommunikation	16		
G. Externe Krisenkommunikation: Medien, Kunden, Behörden, Öffentlichkeit	16		
H. Medienarbeit und öffentliche Auftritte	16		
I. Social Media, Monitoring und Umgang mit Fake News	18		
J. Sprachregelungen, Kernbotschaften und Q&A;	18		
K. Krisenkommunikation bei Cyberangriffen	16		
L. Unfälle, Reputationskrisen und Betriebsunterbrüche	16		
M. Vorlagen und Hilfsmittel für die Krisenkommunikation	20		
N. Training, Medientraining und Krisenstabsübung	16		
O. Dokumentation, Nachbearbeitung und kontinuierliche Verbesserung	14		
Gesamtergebnis	256		

Interpretation

Ein hoher Gesamtscore ersetzt keine qualitative Beurteilung. Priorisieren Sie besonders jene Schwachstellen, die in einer realen Krise zu verzögerter Kommunikation, widersprüchlichen Aussagen, Reputationschäden, Rechtsrisiken oder Vertrauensverlust führen könnten.

Massnahmenplan

Überführen Sie alle wesentlichen Schwachstellen in konkrete Verbesserungsmassnahmen. Empfehlenswert ist eine Priorisierung nach Krisenwirkung, Umsetzungsaufwand und zeitlicher Dringlichkeit.

Nr.	Schwachstelle / Risiko	Massnahme	Verantwortlich	Termin	Status
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					

