



Unternehmens-Risiko-Checkliste / risk and crisis self assessment

Bitte passende Box ankreuzen

Aussage	Bitte passende Box ankreuzen			
	stimmt	teilweise	stimmt nicht	
Positives Image spielt für unser Unternehmen eine immer stärkere Rolle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir setzen stark auf Stammkundschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben viele Neukunden und Laufkundschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir geben viel für Werbung, Marketing, Verkaufsförderung aus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir investieren in Produkt- (Qualitäts-) Verbesserungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben eine eigene Pressestelle (mit Fulltime-Sprecher)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir machen keine regelmässige Pressearbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir beschäftigen eine PR-Agentur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Krisen kommen bei uns nicht vor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Krisenfälle in der Branche haben bei uns im Haus auch zu Konsequenzen geführt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben selbst schon praktische Krisenerfahrung machen müssen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben einen ausgearbeiteten Krisenreaktionsplan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Unser Alarmplan wird regelmässig überarbeitet und aktuell gehalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir erreichen unsere Führungskräfte jederzeit sofort (Wochenende / Feiertage)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben genug Personal um mit einem grösseren Schadensfall fertig zu werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gute Führungskräfte kommen auch ohne besonders Training mit Notfällen zurecht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Unsere Mitarbeiter sind für den Einsatz in Notfällen vorbereitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir können kurzfristig auf psychologisch geschulte Mitarbeiter / Helfer zugreifen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben trainierte Sprecher, die sofort richtig mit Medien umgehen können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben vorbereitete Räume für einen Einsatz- / Krisen- / Pressestab	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben unser Internet / Intranet für Krisenfälle vorbereitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir haben auch für grössere Krisenfälle ausreichende (Tele-)Kommunikationsmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Unsere Hausjuristen sind mit Schadens- / Versicherungsrecht vertraut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Es ist sinnvoll in Krisenprävention zu investieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wir würden uns im Ernstfall einen externen Krisenprofi engagieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Wir haben in unserem Unternehmen ausserdem folgende Besonderheiten (in Stichworten):

### Organisation

<u>Unser operativer Einsatzleiter in Krisenfällen ist:</u> <input type="checkbox"/> Vorstand / Geschäftsführer <input type="checkbox"/> Operationsleiter <input type="checkbox"/> Sonstige Führungskraft (Personal / Verkauf) <input type="checkbox"/> Marketingmitarbeiter <input type="checkbox"/> Rechtsanwalt <input type="checkbox"/> externe Person <input type="checkbox"/> kein Leiter definiert <input type="checkbox"/> wer gerade da ist	<u>Unser kommunikativer Einsatzleiter (Sprecher) in Krisenfällen ist:</u> <input type="checkbox"/> Vorstand / Geschäftsführer <input type="checkbox"/> Einsatzleiter <input type="checkbox"/> Pressesprecher <input type="checkbox"/> Pressemitarbeiter <input type="checkbox"/> Marketingmitarbeiter <input type="checkbox"/> Externer Sprecher / Agentur <input type="checkbox"/> kein Sprecher definiert <input type="checkbox"/> wer gerade da ist
<u>Wir sind ein:</u> <input type="checkbox"/> Kleinbetrieb <input type="checkbox"/> Mittelständischer Betrieb <input type="checkbox"/> grosser Mittelständischer Betrieb <input type="checkbox"/> Grossunternehmen <input type="checkbox"/> Teil eines Grossunternehmens <input type="checkbox"/> Teil eines Konzerns <input type="checkbox"/> Konzern (Mutter / Holding) <input type="checkbox"/> national <input type="checkbox"/> international <input type="checkbox"/> global	<u>Im Alltag ist unser Verhältnis zu den Medien:</u> <input type="checkbox"/> excellent <input type="checkbox"/> sehr gut <input type="checkbox"/> neutral <input type="checkbox"/> Medien beachten uns nicht <input type="checkbox"/> nur über unsere Agentur <input type="checkbox"/> eher angespannt <input type="checkbox"/> nicht gut <input type="checkbox"/> auf Kriegsfuß

### Risiko-Einschätzung

Wir müssen mit folgenden Risikoquellen rechnen (Mehrfachnennung):

- Transportart / Massen-Verkehrsmittel (Luftverkehr / Seereisen / Busreisen / Schienentransport / Seilbahnen)
- Gefährliche Destination(en) (Wüste / Hochsee / Gebirge / Gebiete mit gefährlichen Tieren etc.)
- Naturgefährdete Destinationen (Erdbeben / Wirbelstürme / Vulkanausbrüche / Hochwasser / Tropenerkrankungen)
- Risiko-Zielgebiet, *auch benachbarte* (offene politische / ethnische / militärische Konflikte / Bürgerkrieg)
- Hotspots (permanente Gefahr religiöser / ethnischer Konflikte / erhöhte kriminelle Risiken)
- Latente Gefahr unmittelbarer Bedrohungslagen (Terror-Anschläge / Entführung / Erpressung / Sabotage)
- Risiko-Sportart(en) (Trendsportarten / Motor- / Expeditions- / Wasser- / Klettern / Kampf- / Waffen- / Safari)
- Besonders schutzbedürftige Klientel (Kinder / Jugendliche / werdende Mütter / Senioren / Kranke / Behinderte)
- Gesundheitliche Gefahren durch oder für das Produkt möglich (Hygiene / Seuchengefahr / Erkrankungsgefahr)
- Gesellschaftliche / emotionale Akzeptanz der Produkte ist umstritten (Pharma / Chemie / Gentechnik / Tierschutz)
- Gesellschaftliche Akzeptanz bestimmter Massnahmen ist umstritten (Bauvorhaben / ökologische Eingriffe / Lärm)
- Risikobehaftete-Produkte (giftig / strahlend / ätzend / explosiv / brandgefährdet / kanzerogen / etc.)
- Einsatz, Anwendung oder Nähe zu gefährlicher Technologie (Chemie / Kraftwerke / Sendeanlagen / Müll / etc.)
- Kulturelle Konflikte
- Kooperationspartner / Kunden / Lieferanten / Mitarbeiter Tochtergesellschaften o.ä. auf die Risikomerkmale zutreffen
- Sonstige denkbare Risiken:

Wir hatten in der Vergangenheit bereits folgende Krisenfälle zu bewältigen (in Stichworten):

DATENSCHUTZ: crisadvice versichert dass alle Angaben streng vertraulich behandelt und keinesfalls an Dritte weitergegeben werden. Senden Sie den Fragebogen per Fax an 069-505032-229 oder an: crisadvice GmbH, Hamburger Allee 1, 60486 Frankfurt/Main

<b>Firma (*)</b>		(Datum / Unterschrift / Firmenstempel)
<b>Name (*)</b>		
Position		
e-mail (*)		
Fon		
Fax		

**(\*) Minimalangaben**

- Wir möchten, dass crisadvice mit mir/uns Kontakt aufnimmt
- Wir möchten eine unverbindliche Einschätzung von crisadvice zu unserer Krisenlage