



Leitfaden betriebliche
Pandemieplanung:
**Kontakt mit Kund*innen,
Lieferant*innen und
Partnerfirmen
in der Pandemie**

Technische Hochschule Wildau
November 2021

Inhalt

1	Über diesen Leitfaden	3
2	Allgemeines zur Pandemieplanung	4
3	Herausforderung Management von externen Beziehungen in Pandemiezeiten	5
4	Maßnahmen der Pandemieplanung mit und für Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen	7
5	Weitere Empfehlungen	10
6	Weitere Informationen	12

1 Über diesen Leitfaden

In Pandemiezeiten sind der Erhalt und die Gestaltung von Beziehungen zu Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen eine der größten Herausforderungen für Unternehmen. Nur wenn es gelingt, die Gesundheit von Mitarbeitenden und ihren Kontaktpersonen zu schützen und trotzdem die gemeinsamen Prozesse stattfinden zu lassen, kann die Geschäftstätigkeit aufrechterhalten und an die Gegebenheiten der Pandemie angepasst werden. In diesem Leitfaden werden [Herausforderungen, Lösungsansätze und Chancen der Gestaltung von externen Beziehungen vorgestellt](#). Die Möglichkeiten und Grenzen einer vorausschauenden Pandemieplanung im Zusammenspiel mit den Partner*innen des Unternehmens werden aufgezeigt und die Idee einer ganzheitlichen, Lieferketten-übergreifenden Pandemieplanung als Grundlage für den Erhalt der Geschäftstätigkeit entworfen.

Thema

Der vorliegende Leitfaden legt den Fokus auf die konkreten Handlungsoptionen für Unternehmen an den [Schnittstellen zur Außenwelt](#). Die systematische Planung und Dokumentation möglicher Maßnahmen wird dabei als Element mit grundlegend positiven Auswirkungen für das gesamte Unternehmen und seine Außenbeziehungen verstanden, womit die gemeinsame und kooperative Pandemieplanung ein Werkzeug ist, um Beziehungen innerhalb von Wertschöpfungsketten zu stärken. Der Leitfaden ergänzt damit die Leitfäden zu strategischen Aspekten der Resilienz in Unternehmen und Lieferketten sowie die Leitfäden zu IT- und Betriebssicherheit, Betriebsorganisation, Arbeitsrecht, Gesundheitsvorsorge und Hygiene.

Einordnung in die betriebliche Pandemieplanung

Dieser Leitfaden gibt einen grundlegenden Überblick über die notwendigen [Maßnahmen und bestehenden Handlungsspielräume](#), um die Beziehung zu Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen während einer Pandemie sicher und wertschöpfungsorientiert zu gestalten. Es werden allgemeine Hinweise gegeben und Zusammenhänge erläutert, wie die Menschen in und außerhalb des Unternehmens in Pandemiezeiten geschützt werden können und so die Grundlage für die zukünftige gemeinsame Geschäftstätigkeit gelegt werden. Der Leitfaden stellt auch Optionen vor, die Teil des Pandemieplans sein können, aber nicht müssen, und die mittel- und langfristig Anknüpfungspunkte für die kontinuierliche Verbesserung von Prozessen und Kommunikation in Krisen und Alltag bieten. Damit werden neben Informationen für die Bewältigung von Pandemiesituationen auch Empfehlungen gegeben, die auf andere langanhaltende Krisensituationen übertragen werden können.

Zielstellung

2 Allgemeines zur Pandemieplanung

Die betriebliche Pandemieplanung beschäftigt sich mit der [Anpassung betrieblicher Prozesse und Strukturen](#) sowie der [Festlegung von Reaktionsmaßnahmen auf eine Pandemie](#). Sie agiert im Rahmen der Vorgaben von Behörden und Politik und stellt teilweise hohe Anforderungen an die Anpassungsfähigkeit im Unternehmen, in Lieferbeziehungen und in Wertschöpfungsnetzen. Der Aufwand und Vorbereitungszeit für die Einbindung in die Regelabläufe kann erheblich sein und fordert Funktionsbereiche des Managements und der operativen Ebene gleichermaßen. Die Abstimmung im Unternehmen und mit Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen kommt dabei besondere Bedeutung zu. Aufgrund der sich so ergebenden Komplexität empfiehlt es sich, mit der Pandemieplanung rechtzeitig zu beginnen, diese als Chefsache und Chefinnensache zu begreifen und frühzeitig Vorkehrungen für den Erhalt und Ausbau guter Beziehungen zu Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen zu treffen. Gleichzeitig gilt es, die Mitarbeitenden aller Ebenen, Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen aktiv in die Pandemieplanung einzubinden und sie für die Umsetzung der erforderlichen Maßnahmen zu motivieren. Auf den folgenden Seiten werden hierfür Anregungen gegeben, indem [geeignete Maßnahmen an den Schnittstellen zwischen Betrieb und Außenwelt des Unternehmens](#) vorgestellt und in den [Ablauf einer Pandemie](#) eingeordnet werden.

Betriebliche
Pandemieplanung

Dazu wird die Pandemie – angelehnt an die [Pandemiephasen der WHO](#) – in vier Phasen unterteilt. Die Zeit vor und nach einer Pandemie wird dabei als **Phase 0** bezeichnet. Das ist der Zeitraum, welcher für die Vorbereitung auf mögliche Pandemiesituationen, das Auswerten von Erfahrungen und die darauf aufbauende präventive Implementierung neuer Prozesse und Strukturen geeignet ist. In **Phase 1** wurde eine Pandemie bereits identifiziert, beeinträchtigt aber noch nicht das Unternehmen. In **Phase 2** befindet sich die Pandemie bereits in der Ausbreitung: Ab hier kann das eigene Unternehmen betroffen sein, insbesondere wenn es in Risikogebieten aktiv ist. Und in **Phase 3** breitet sich die Pandemie bereits vor Ort aus und beeinträchtigt den Betrieb. In sämtlichen Phasen können zudem behördliche Einschränkungen und Regulierungen hinzukommen. Diese Phasen werden während der Eskalation einer Pandemie vorwärts, während der Deeskalation einer Pandemie rückwärts durchschritten.

Pandemiephasen

Pandemieplanung muss auf die jeweilige Pandemie, die jeweils durch die pandemische Situation vorgegebene Lage und das einzelne Unternehmen und sein Partnernetzwerk individuell zugeschnitten werden. Dieser Leiterfaden skizziert hierfür einen allgemeinen Denk- und Handlungsrahmen. Die [konkrete Ausgestaltung der Maßnahmen](#) findet im

Allgemeiner
Rahmen

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise

Unternehmen und im Einzelfall in der jeweiligen pandemischen Situation statt.

3 Herausforderung Management von externen Beziehungen in Pandemiezeiten

Kontakte mit Kund*innen und Lieferant*innen sind eine wesentliche Grundlage für die Unternehmenstätigkeit während der Pandemie, aber auch ein Risiko im Sinne der Hygiene und Sicherheit. Persönliche Treffen, Reisen zu oder mit Geschäftspartner*innen, die Erbringung von (Dienst-) Leistungen bei Kund*innen, Dienstfahrten, Erbringen körpernaher Dienstleistungen, der Aufenthalt von Kund*innen, Lieferant*innen, Besucher*innen und Mitarbeitende von Partnerfirmen (z. B. Transportfirmen, Gebäudeservice) im Unternehmen – all diese Tätigkeiten müssen während einer Pandemie eingeschränkt werden oder können nur unter Beachtung von Hygienekonzepten durchgeführt werden.

Voraussetzungen für die Zusammenarbeit in Pandemiezeiten

Dies kann schnell zur Belastung der Beziehungen zu Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen führen, insbesondere dann, wenn kein gemeinsamer Umgang mit der pandemischen Situation gefunden wird, oder wenn die gemeinsamen Prozesse (z. B. aufgrund behördlicher Vorgaben oder aufgrund von Grenzschließungen) für einige Zeit ausfallen.

Oberstes Ziel der Pandemieplanung sollte es sein, **die gemeinsamen Prozesse mit Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen aufrechtzuerhalten** und sie – unter Beachtung behördlicher Vorgaben und Maßgaben der Hygiene und des Infektionsschutzes – für alle Seiten möglichst angenehm und sicher zu gestalten. Gelingt das, können dadurch auch während der Pandemie die gemeinsamen guten Beziehungen weiterentwickelt und ausgebaut werden.

Gemeinsame Prozesse aufrechterhalten

Welche Möglichkeiten es hierfür gibt, hängt einerseits von der pandemischen Lage und den behördlichen Vorgaben, andererseits von der Ausgangslage und dem Handlungsspielraum des Unternehmens ab. Ob der Verkauf vor Ort im Unternehmen aufrechterhalten werden kann bzw. soll, oder aber Ausweichlösungen wie kontaktlose Bestell- und Auslieferungsmöglichkeiten oder der Aufbau einer Online-Präsenz vorteilhaft ist, muss im Einzelfall geprüft werden. Das Gleiche gilt für Mitarbeitende von Partnerfirmen, die sich normalerweise regelmäßig in den Räumlichkeiten des Unternehmens aufhalten. Das Betreten des Betriebsgeländes und der Kontakt mit Mitarbeitenden kann unter Beachtung von Hygienekonzepten ermöglicht werden, oder aber es werden technische und organisatorische Lösungen für eine Kontaktvermeidung umgesetzt (z. B. kontaktloser Wareneingang, zur Verfügung stellen von Räumlichkeiten und Einrichtungen außerhalb des Werksgeländes, Verlagerung von Arbeitszeiten zwecks

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise

Kontaktvermeidung...).

Wie auch immer die konkreten Lösungswege aussehen: Entscheidend für Kund*innen, Lieferant*innen und Mitarbeitende von Partnerfirmen ist, dass **Lösungen nicht nur für das Unternehmen, sondern für alle betroffenen Akteure und Akteurinnen konzipiert werden, sie leicht umsetzbar sind und zur Sicherheit und Entlastung aller Beteiligten beitragen.**

Wenn Märkte wegbrechen, Lieferant*innen ausfallen, benötigte Ressourcen nicht verfügbar sind oder Kund*innen nicht mehr auf gewohntem Wege erreichbar sind, müssen zudem möglichst umgehend **neue Lösungen gefunden werden.** Werden solche Störungen nicht rechtzeitig antizipiert und entsprechende Gegenmaßnahmen (wie z. B. ein Wechsel der Liefer- oder Transportfirmen oder der Aufbau neuer Kommunikationskanäle mit Kund*innen) rechtzeitig getroffen, stellen sie schnell auch eine **grundlegende Bedrohung für das Überleben des Unternehmens** dar. Aufgabe der Pandemieplanung ist es daher auch, grundsätzliche Reaktionsmuster auf solche Ereignisse zu umreißen, um im Laufe der Pandemie zu präzisieren.

Klar formulierte und leicht umsetzbare gemeinsame Regeln im Umgang miteinander und das Herstellen einer gemeinsamen Kommunikationsbasis schaffen die Voraussetzungen, um gemeinsam mit Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen gut durch die Pandemie zu kommen. Über Hygieneregeln im Unternehmen muss eindeutig, leicht verständlich und in den für die Zielgruppen gewohnten Kommunikationskanälen informiert werden (z. B. Aushänge mit geeigneten Darstellungen an strategisch wichtigen und gut sichtbaren Orten). Unterschiedliche Ansätze im Umgang mit Pandemie und unterschiedliche Ansprüche an das Unternehmen (und umgekehrt an die Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen) stellen die externe Unternehmenskommunikation in der Pandemie vor besondere Herausforderungen. Hier gilt es, abweichende Meinungen und Ansprüche zu respektieren, aber die eigenen Wünsche und Regeln klar zu formulieren und umzusetzen. **Abstriche bei der Effektivität der gewählten Maßnahmen sollten nicht gemacht werden.**

Ansprache und Information

Das betrifft auch die gemeinsame Planung (z. B. zu Liefermengen), die während einer Pandemie schwierig sein kann. **Vernetzung, frühzeitige Kommunikation, Interaktion und eine sorgfältige Schnittstellengestaltung sind die Grundlage,** um auch die schwierigen Phasen der Pandemie mit Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen gemeinsam zu meistern. Wichtig ist es, einen gemeinsamen Handlungsrahmen zu schaffen, der allen Beteiligten Sicherheit vermittelt, aber auch Exit-Strategien vorsieht. Die Partner*innen des Unternehmens benötigen außerdem Kontaktpersonen für das Lösen von den sich in einer Pandemie unweigerlich ergebenden Problemen. Absprachen zu Kommunikationskanälen, Kontaktarten und Reaktionszeiten helfen, die Erreichbarkeit angemessen sicherzustellen. **Für pandemiebedingte Störungen sind (soweit vorhersehbar) gemeinsame Notfallpläne zu erarbeiten,** um Lieferketten möglichst zu erhalten und auch Ausweichmöglichkeiten vorherzusehen. Dabei sollten immer Synergien

Vernetzung und Interaktion

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise

gesucht werden, um den Aufwand und das Risiko für alle Beteiligten gering zu halten.

Für den Fall, dass Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen pandemiebedingt ausfallen, müssen im Vorhinein denkbare Reaktionen geprüft und gegebenenfalls Alternativen vorbereitet werden. Bestände und Marktentwicklungen müssen deshalb noch sorgfältiger im Blick behalten werden als üblich, und für mit einiger Wahrscheinlichkeit eintretende, im konkreten Fall aber unvorhersehbare Ereignisse (z. B. Ausfall wichtiger Entscheidungsträger) muss Vorsorge getroffen werden. Wenn Partnerfirmen auszufallen drohen, ist ein **rechtzeitiger Wechsel zu anderen Anbieter*innen / Abnehmer*innen / Transportfirmen / Dienstleistungsfirmen** unvermeidbar. Lässt sich andererseits das Herunterfahren der eigenen Geschäftstätigkeit nicht vermeiden (Notbetrieb), dann sollte auf eine frühzeitige Information der Partner*innen über die Maßnahmen und das Bereitstellen von Kontaktlisten geachtet werden. Auch sollten etwaige **Leistungseinbußen**, die z. B. zur Verschlechterung der eigenen Lieferfähigkeit führen, **frühzeitig und möglichst transparent kommuniziert werden**. Ein umsichtiges und entgegenkommendes Vorgehen in der Krise kann die Grundlagen für die Fortführung der Geschäftsbeziehung nach der Krise legen.

Notfallpläne

4 Maßnahmen der Pandemieplanung mit und für Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen

Bei der Auswahl, der konkreten Ausgestaltung und der Umsetzung von Maßnahmen der Pandemieplanung ist auf das **Verhältnis zwischen erforderlichem Aufwand und erzielbarem Nutzen für das Unternehmen** zu achten. Je nachdem, wie sich die Situation des Unternehmens (als solches und in der Lieferkette) darstellt und wie langfristig die Pandemieplanung ausgelegt ist, kann eine Beschränkung auf die **unabdingbaren Bereiche der Pandemieplanung** sinnvoll sein. Dies sind alle Maßnahmen, die dem Schutz von Personen vor Infektionen dienen und die darauf ausgelegt sind, das Überleben des Unternehmens zu sichern. Dieser Leitfaden will aber auch dazu anregen, nicht nur das Unternehmen, sondern auch die externen Beziehungen während der Pandemie auf eine tragfähige Basis zu stellen. Keine der aufgeführten Maßnahmen zeichnet sich durch besonders hohe Anforderungen an die Organisation, die Kompetenzen der Mitarbeitenden sowie den Ressourcenbedarf aus. Grundsätzlich können alle Maßnahmen mit unterschiedlichem Umfang entsprechend der gewünschten Reichweite und mit der Maßnahme verbundenen Zielstellung umgesetzt werden. Wenn der zeitliche Vorlauf und die Auslastung der verantwortlichen Mitarbeitenden dies erlauben, werden daher auch alle Maßnahmen der **vorbereitenden Pandemieplanung** und ergänzende **Maßnahmen zur Verbesserung der**

Maßnahmenauswahl

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise

Kommunikation empfohlen. Übergreifende Aspekte, wie z. B. die Dokumentation von Maßnahmen und Kontakten, sind als Informationsgrundlage für die Umsetzung unterschiedliche Maßnahmen hilfreich und können auch in anderen Bereichen des betrieblichen Managements genutzt werden. Nicht unabdingbar im Rahmen der Pandemieplanung, aber positiv in diesem im Sinne zu bewerten sind z. B.

- vorausschauende Planung und Dokumentation sowie Schaffung von Informationsgrundlagen für gemeinsame Abstimmungsprozesse
- weitergehenden Maßnahmen zur Senkung des Infektionsrisikos im Betrieb und im Kontakt mit Externen:
- Maßnahmen der Arbeitsorganisation, die der Erhaltung der gemeinsamen Prozesse dienen oder die Sicherheit der gemeinsamen Prozesse trotz veränderter Arbeitsbedingungen gewährleisten.

Dieser Leitfaden konzentriert in erster Linie Maßnahmen, die die Beziehungen zu Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen im positiven Sinne stärken. Einschränkungen (wie z. B. der Verzicht auf Dienstreisen, Dienstfahrten und direkte Kontakte) sind je nach behördlichen Vorgaben und je nach aktueller pandemischer Lage nicht zu vermeiden. Die Maßnahmen der betrieblichen Pandemieplanung im Bereich der Betriebsorganisation greifen **Maßnahmen des Infektionsschutzes** auf und benötigen andererseits **Maßnahmen des allgemeinen Krisenmanagements, der Daten- und IT-Sicherheit** etc., um durchgeführt zu werden. Zusätzliche **Maßnahmen der Unterstützung von Mitarbeitenden** und beispielsweise Angebote im Bereich Training und Schulung können die Verlässlichkeit des Unternehmens aus Sicht von Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen weiter stärken und die Attraktivität der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen für externe Partner*innen erhöhen. Als ergänzende Lektüre werden insbesondere die **Leitfäden zur Anpassung der Produktion, zum Management von Lieferketten, zur Betriebsorganisation, zur IT-Sicherheit und zur Umsetzung von Konzepten des mobilen Arbeitens/der Telearbeit sowie zu Hygiene und Infektionsschutz und zum Arbeitsrecht** empfohlen.

Angrenzende Themen

Das **RESPAN Pandemieplan-Generator** bietet zu jeder Maßnahme **weiterführende Informationen**, auch zu Wechselwirkungen und zu Kombinationsmöglichkeiten. Die vorgestellten **Maßnahmen** haben jeweils eigenständige Gültigkeit und sind in sich selbsterklärend. Sie weisen keine festen Abhängigkeiten zueinander auf. **Einzelne Maßnahmen können nach Bedarf (und je nachdem, wie die pandemische Lage es ermöglicht) mit unterschiedlicher Intensität beachtet werden.** Auf den folgenden Seiten werden wichtige Maßnahmen in die verschiedenen Pandemiephasen als Vorschlag der zeitlichen der Pandemiebewältigung eingeordnet. Auch diese zeitliche Ausrichtung kann und sollte an die Situation des Unternehmens, die Position in der Lieferkette, die Langfristigkeit der Pandemieplanung und die konkrete Pandemielage angepasst werden.

Abhängigkeiten und zeitliche Einordnung

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise



5 Weitere Empfehlungen

Die vorbereitende betriebliche Pandemieplanung als regulärer Teil der Risikovorsorge hilft, die Krisenkommunikation mit Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen auf eine langfristige Basis zu stellen und die Verlässlichkeit des Unternehmens zu erhöhen. Die benötigten [Informationsgrundlagen](#) und die [Rahmenplanung](#) sollten also [frühzeitig angefertigt, regelmäßig überprüft und aktualisiert](#) werden. Sinnvoll ist es auch, die angedachten Lösungen – soweit möglich – dem Praxistest zu unterziehen. Idealerweise steht die Pandemieplanung im Bedarfsfall bereit, um rasch konkretisiert und umgesetzt werden zu können. [Das verschafft Vorteile, wenn die pandemische Lage schnelles Handeln erfordert](#). Wenn strategisch wichtige Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen frühzeitig in solche Planungen einbezogen werden, trägt das auch zur generellen Verbesserung der gemeinsamen Prozesse bei. Zur Aktualisierung der Pandemieplanung gehört es auch, die [Erfahrungen aus einer pandemischen Lage nachzubereiten](#) und Schlüsse im Sinne einer kontinuierlichen Verbesserung in allen relevanten Unternehmensbereichen zu ziehen.

Vorbereitende Pandemieplanung, Aktualisierung und Übungen

Der [RESPAN Pandemieplan-Generator](#) bietet zu den verschiedenen Maßnahmen der betrieblichen Pandemieplanung weiterführende Informationen und Funktionen für die vereinfachte [Anfertigung eines individuellen Pandemieplans](#). Dafür kann der hier vorgeschlagene Maßnahmenumfang ganz nach Bedarf erweitert oder gekürzt werden. Die Auswahl, die konkrete Ausgestaltung und das Bilden von Maßnahmenketten kann auf Basis des mit dem [RESPAN Pandemieplan-Generator angefertigten Pandemieplans fortlaufend aktualisiert und angepasst](#) werden.

Pandemieplanung mit dem RESPAN Pandemieplan-Generator

Die Grundlage unternehmerischer Entscheidungen sollten gerade in Pandemiezeiten sorgfältig ausgewählt werden. Um sachliche Richtigkeit und Aktualität der Informationen sicherzustellen, wird die [Nutzung offizieller Informationsquellen](#) empfohlen. Das schafft auch Vertrauen als Kommunikationsbasis in- und außerhalb des Unternehmens. Über die pandemische Lage berichtet tagesaktuell das [Robert-Koch-Institut](#). Umfassende Informationen zum Infektionsschutz im Unternehmen und angrenzenden Themen bietet das [Corona-Informationportal Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung \(DGUV\)](#) zusammen und verweist auch auf verfügbare Informationsmaterialien zur Nutzung im Betrieb (z.B. Aushänge). Empfehlungen zu Reisen während der Pandemie bzw. [Reisewarnungen](#) gibt [das Auswärtige Amt](#) bekannt. Informationen über Angebote für Tests und Impfungen sind über die Portale der Länder, der Landkreise und der Gemeinden zu finden. Diese Quellen sollten auch Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen empfohlen werden und können bei

Nutzung verlässlicher Informationsquellen

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise

Uneinigkeit über die Notwendigkeit und Umsetzung von Maßnahmen als neutrale Informationsgrundlage hilfreich sein.

6 Weitere Informationen

Informationsquellen

[Daten und Empfehlungen des Robert-Koch-Instituts](#)

www.rki.de/covid-19

[Empfehlungen des Auswärtigen Amtes zu Reisen](#)

www.auswaertiges-amt.de/de/ReiseUndSicherheit

[Corona-Informationportal Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung \(DGUV\)](#)

www.dguv.de/corona

[Gesetzliche Grundlagen](#)

IfSG (2000) Gesetz zur Verhütung und Bekämpfung von Infektionskrankheiten beim Menschen (Infektionsschutzgesetz – IfSG), zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 22.11.2021 (BGBl. I S. 4906) geändert, [online] <https://www.gesetze-im-internet.de/ifsg/>

Weiterführende Fachliteratur

Bruhn, M. (2016): Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM). 5., vollständig überarbeitete Auflage, Originalausgabe. München: dtv

Helmke, S.; Uebel, M.; Dangelmaier, W. (Hg.) (2017): Effektives Customer Relationship Management. Instrumente - Einführungskonzepte - Organisation. 6., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler

Hoffmann, G. P. (2016): Organisationale Resilienz. Wiesbaden: Springer

Liebetruth, T. (2020): Prozessmanagement in Einkauf und Logistik. Instrumente und Methoden für das Supply Chain Process Management. 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer

Romeike, F. (2018): Risikomanagement. Wiesbaden: Springer Gabler

Siedenbiedel, G. (2020): Organisationale Gestaltung. Wiesbaden: Springer

RESPAN - Analyse der REaliSierung und Wirksamkeit von betrieblichen PANdemieplanungen vor dem Hintergrund der Corona-Krise

Impressum

Leitfaden betriebliche Pandemieplanung: Kontakt mit Kund*innen, Lieferant*innen und Partnerfirmen

Technische Hochschule Wildau
15745 Wildau
Hochschulring 1
Version 1, im November 2021