



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Im Auge des Sturms – Krisenkommunikation im Social Web Wenn Soziale Medien zur Richtbank werden

Von Jorge Klapproth, Mitglied im BDVT

Beinahe täglich sehen, hören und lesen wir von Krisen in Unternehmen, Behörden und Organisationen – online wie offline.

Im Gegensatz zu den klassischen Medien Print, Radio und Fernsehen, kann sich jeder in den digitalen Medien beteiligen: Über Homepages, Blogs, in Foren und den sozialen Netzwerken. Häufig unreflektiert und sehr emotional. Die Hemmschwelle seiner Empörung öffentlich und lautstark Luft zu verschaffen, ist wegen der Anonymität des Internets sehr gering. Besonders kritisch für im Focus der Empörung stehenden Unternehmen und Organisationen kann es dann werden, wenn Dritte, etwa NGO's und andere interessierte Kreise, sich die Sozialen Netzwerke für ihre eigenen Interessen zunutze machen und ihre „Fangemeinden“ für politische oder wirtschaftliche Zwecke missbrauchen. Neben den klassischen Medien ist in der digitalen Welt ein zweiter öffentlicher Resonanzraum entstanden und aus dem stillen Rezipienten, dem Leser, Hörer, Zuschauer, ein aktiver Organisator seiner Beziehungen und Meinungen geworden.

Durch Social Media ausgelöste Krisen häufen sich enorm und „Shitstorms“ stehen quasi auf unserer Tagesordnung. Durch ihr unvorhersehbares und rasches Auftreten und ihren individuellen Verlauf wirken sie auf den ersten Blick unberechenbar. Jedoch ist Krise nicht gleich Krise. Um die richtigen Maßnahmen einleiten zu können, ist es gerade für Unternehmen wichtig, einzuschätzen, wann Potenzial für eine erstzunehmende Krise und damit ein Risiko für das Unternehmen besteht.

In den letzten Jahren hat sich dadurch nicht nur die Art der Onlinekommunikation verändert, sondern auch die Wahrnehmung und der Umgang mit potentiellen Krisenthematiken. Wer sich als Unternehmung, Behörde oder Organisation nicht darauf einstellt, verpasst die Möglichkeit der Einflussnahme und läuft Gefahr, dass sich die (Krisen-) Themen im Netz verselbständigen und von der virtuellen in die reale Welt überschwappen - mit oft fatalen und irreparablen Folgen.

Der Vortrag – Im Vortrag zeigt Jorge Klapproth mögliche Auslöser, Aspekte, den Verlauf und die Dynamik von Social-Media-Krisen und deren Besonderheiten im Vergleich zu klassischen Medienkrisen auf. Er erläutert, welche präventiven Maßnahmen vor Ausbruch einer krisenhaften Situation über die digitalen Medien getroffen werden können und erklärt den Unterschied zwischen der klassischen Krisenkommunikation und der Dialog-Kommunikation in sozialen Netzwerken in Krisensituationen. Die Zuhörer lernen in Krisenzeiten, ausgelöst über die Sozialen Medien, richtig zu reagieren und Maßnahmen zur Eindämmung kennen.

Inhalte - Krisenkommunikation im Social Web

- Auslöser, Aspekte, Verlauf und Dynamik von Krisenauslösungen im Social Web
- Interne und externe Kommunikation in der Social-Web-Krise
- Die Medien in Krisensituationen



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

- Statements und Dialog-Kommunikation in Social-Web-Krisen
- Kommunikationskonzepte und Organisationsstrukturen zur Krisenbewältigung
- Maßnahmen zur Krisenprävention



Referent: Dipl.-Ing.(FH) Jorge Klapproth, Kommunikationsberater / Medientrainer und Führungskräfte Coach in den Bereichen Krisenkommunikation/Krisenprävention, Strategische Kommunikation und öffentliche Auftritte von Führungskräften der Wirtschaft, von Behörden und Organisationen. Er ist Mitglied im Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches (BDVT e.V.). Als Buchautor publizierte er „Der Tag X – Vorbereitung auf den Ernstfall, Handbuch für Krisenmanagement und Krisenkommunikation“ (2016) und „Wirkungsvolle Kommunikation als Erfolgsfaktor für Führungskräfte“ (2014). Als Reserveoffizier ist er Leiter der Informationsarbeit

und Sprecher der Bundeswehr in Nordrhein-Westfalen.

Homepage: www.jorge-klapproth.de, www.conmediacom.de und www.klapproth-roehrl.de.
Blog: wp.conmediacom.de