

Social Networks



---

# SOCIAL MEDIA- KRISENMANAGEMENT

## DER QUICK-GUIDE

## SOCIAL MEDIA-KRISENMANAGEMENT ERFOLGREICH UMSETZEN

Sie sind sich noch nicht ganz sicher, was es mit Social Media-Krisenmanagement auf sich hat und wie relevant das Thema für Sie ist? Oder möchten Sie in Ihren Unternehmen vielleicht ein professionelles Social Media-Krisenmanagement implementieren, wissen aber nicht wo Sie anfangen sollen? Dann sind Sie hier genau richtig. Wir haben hilfreiche Informationen sowie fünf praxisnahe Tipps in einem Quick-Guide für Sie zusammengestellt! In dem Guide klären wir, was Social Media-Krisenmanagement ist, warum es wichtig ist und worauf Sie bei der Entwicklung und Implementation achten sollten.

### INHALT

- #1 - Was ist Social Media-Krisenmanagement?
- #2 - Warum ist Social Media-Krisenmanagement wichtig?
- #3 - Fünf Tipps für das Social Media-Krisenmanagement
  - #3.1 Social Media-Risikofaktoren kennen und beobachten
  - #3.2 Auf den Ernstfall vorbereitet sein
  - #3.3 Übung macht den Meister
  - #3.4 Digitale Helfer sinnvoll einsetzen
  - #3.5 Besonderheiten von Social Media beachten
- #4 - Fazit: Erfolgreich durch die Social Media-Krise

### #1 - WAS IST SOCIAL MEDIA-KRISENMANAGEMENT?

Krisen spielen sich heute zunehmend – oder sogar ausschließlich – im digitalen Raum ab. Vermutlich jeder Social Media Manager hat schon einmal von Phänomenen wie **Shitstorm**, **Fake News** oder **Cancel Culture** gehört oder selbst mit ihnen zu tun gehabt. Die sozialen Medien ermöglichen es, dass sich Informationen, Meinungen und Kritik im Internet mit einer rasanten Geschwindigkeit verbreiten. So kann ein einzelner kritischer Kommentar in kürzester Zeit eine enorme Reichweite erzielen und sich in handfeste Social Media-Krise verwandeln. Dann sind Reaktionsgeschwindigkeit und Professionalität gefragt, um die Krise zu dämpfen und einen langfristigen Reputationsschaden zu verhindern.

An dieser Stelle kommt das Social Media-Krisenmanagement ins Spiel. Diese Form des Krisenmanagements nimmt insbesondere die sozialen Medien in den Blick und versucht, Social Media-Krisen erfolgreich zu meistern. Dabei ist das Social Media-Krisenmanagement eng an das klassische Krisenmanagement angelehnt. Denn: auch klassische Krisen wie Produktrückrufe oder Unfälle haben heute immer auch eine digitale Dimension. So reichen klassische Pressemitteilungen heute meist nicht mehr aus und die Kommunikation über Krisen jeder Art spielt sich vermehrt in Social Media ab. Daher geht im Social Media-Krisenmanagement auch darum, analoge Krisen über die sozialen Medien zu managen.

## #2 - WARUM IST SOCIAL MEDIA-KRISENMANAGEMENT WICHTIG?

Die Antwort auf diese Frage deutet sich bereits im vorgehenden Abschnitt an: die sozialen Medien haben viele unserer Lebensbereiche erfasst. Unsere Kommunikation läuft primäre über Social Media ab und auch Unternehmen und Institutionen treten vor allem über soziale Netzwerke mit ihren Stakeholdern in Kontakt. Das führt auch dazu, dass Stakeholder wiederum ebenfalls über die sozialen Netzwerke Kontakt zu Unternehmen aufnehmen – insbesondere in Krisensituation. Dadurch erhoffen sich viele eine unmittelbare Antwort und schnelle Hilfe. Für Unternehmen bedeutet dies jedoch: erhöhter Druck. Wird eine Anfrage oder Kritik an ein Unternehmen öffentlich gepostet, kann jeder mitlesen. Dieser Aspekt kombiniert mit der inhärenten **Dynamik von Social Media sowie der dort vorherrschenden Empörungswirtschaft** begünstigen eine Eskalation vom einfachen Tweet hin zum bedrohlichen Shitstorm.

Erfolgt in einem solchen Fall kein adäquates Social Media-Krisenmanagement besteht zudem die Gefahr, dass der Shitstorm die Grenzen der sozialen Medien verlässt und auch Online-Medien über den Fall berichten. Diese Berichte werden dann von Suchmaschinen indexiert und haben langfristige **negative Auswirkungen auf die Unternehmensreputation**. Im Worst Case wird Ihr Unternehmen dann immer mit dem Krisenfall in der Öffentlichkeit assoziiert. Die Folgen davon reichen von Umsatzrückgängen bis hin zu Kündigungen von Mitarbeitern. Es wird also deutlich, dass Social Media-Krisen starke negative Einflüsse auf die digitale Reputation und damit zusammenhängende Faktoren haben können. Wer jedoch mit einem adäquaten Social Media-Krisenmanagement auf eskalierende Issues reagiert, kann Krisen vermeiden oder aus einem Shitstorm sogar einen Candystorm machen.

## #3 - FÜNF TIPPS FÜR DAS SOCIAL MEDIA-KRISENMANAGEMENT

Das klassische Krisenmanagement haben viele Unternehmen bereits implementiert. Das Social Media-Krisenmanagement sollte daher immer in enger Abstimmung mit dem regulären Krisenmanagement entwickelt werden. Doch wo fängt man an? Was muss man beachten? Wir haben dafür fünf hilfreiche Tipps für Sie zusammengefasst.

### #3.1 - SOCIAL MEDIA-RISIKOFAKTOREN KENNEN UND BEOBACHTEN

Prävention ist noch immer die beste Intervention. Wer Social Media-Krisen vermeiden möchte, sollte sich daher einen Überblick über das eigene Risikoumfeld verschaffen. Mithilfe eines Risk Assessments können bestehende und potenzielle Issues und Risiken identifiziert und unternehmensspezifisch bewertet werden. Dabei sollten Sie natürlich einen Fokus auf den digitalen Raum legen. Risiken, die als kritisch beurteilt werden, sollten zudem langfristig beobachtet werden – zum Beispiel mit einem **zielgerichteten Web-Monitoring**. Dabei über ein Monitoring-Tool wie der **BUZZMAPPER von PREVENCY®** die Kommunikation in Social Media und indexiert kritische Posts, Kommentare oder Online-Artikel. Mithilfe des Monitorings kann die Eskalation eines Issues dann frühzeitig erkannt und bestenfalls abgewandt werden.

### #3.2 - AUF DEN ERNSTFALL VORBEREITET SEIN

Wer potenzielle Risiken kennt, kann sich entsprechend auf den Ernstfall vorbereiten. Dazu werden realistische Social Media-Krisenszenarien anhand der **Risikoanalyse** entwickelt. Im nächsten Schritt werden dann Prozesse, Zuständigkeiten und Maßnahmen für den Eintritt des Krisenfalls definiert. Dabei sollte ein definiertes Vorgehen zur Bewertung von eskalierenden Social Media-Krisen entwickelt werden, also: Ab wann sprechen Sie überhaupt von einer Social Media-Krise? Die Ergebnisse der Vorbereitung sollten Sie dann in einem **Social Media-Krisenhandbuch** festhalten und relevanten Mitarbeitern zur Verfügung stellen. Beachten Sie dabei auch Regelungen und Meldekettens für Krisenfälle außerhalb der regulären Arbeitszeiten, denn Shitstorms & Co. brauen sich oft am Wochenende zusammen.

### #3.3 - ÜBUNG MACHT DEN MEISTER

Krisensituationen setzen Ihr Team enorm unter Stress. Es muss schnell und professionell gehandelt werden – und das ist nur mit spezifischem Wissen und handfesten Praxisskills möglich. Beides sollte mithilfe einer Krisenübung im Vorhinein sichergestellt werden. Mit einer sogenannten **Social Media-Krisensimulation** kann gezielt das Krisenmanagement in Social Media trainiert werden. Dabei werden gängige Social Media-Umgebungen mithilfe eines Simulationstools wie dem **SOCIAL MEDIA SIMULATOR von PREVENCY®** abgebildet. In der gesicherten Umgebung werden dann realistische Krisenszenarien durchgespielt, auf die das Social Media-Krisenteam dann reagieren muss. Dabei werden schnell Lücken im Social Media-Krisenmanagement offengelegt, die im Nachgang geschlossen werden können. Zudem schafft eine Krisenübung wertvolle Erfahrungswerte und Routinen, die im Ernstfall zu einem souveränen Handeln befähigen.

### #3.4 - DIGITALE HELFER SINNVOLL EINSETZEN

Die Digitalisierung eröffnet einerseits verschiedene Risiken und neue Krisenauslöser für Unternehmen. Gleichzeitig bieten Sie auch Chancen für das Social Media-Krisenmanagement. So lässt sich auch das Krisenmanagement digitalisieren – zum Beispiel mit einem **digitalen Krisenhandbuch**. Darin können Prozesse, Zuständigkeiten und Dark Elements abgelegt werden und im Krisenfall schnell abgerufen werden. Zudem kann auch die **Social Media-Krisenkommunikation** selbst durch digitale Helfer wie Chatbots unterstützt werden. Dabei werden Chatbots wie **CRICOBO von PREVENCY®** mit relevanten Informationen gefüllt und auf den eigenen Social Media-Kanälen implementiert. Der Chatbot fängt dann eingehende Anfragen über Social Media ab und entlastet das Social Media-Krisenteam.

### #3.5 - BESONDERHEITEN VON SOCIAL MEDIA BEACHTEN

Tritt ein Krisenfall ein, sollten beim Social Media-Krisenmanagement einige Besonderheiten der sozialen Medien beachtet werden. Insbesondere bei der Krisenkommunikation über Social Media empfehlen wir in der Regel die von **PREVENCY® sogenannten Social Media-Factors** mitzudenken. Dazu gehört zum Beispiel der Social Media-Care-Factor. Demnach muss man sich in einer Social Media-Krise um seine Community kümmern – und das auf verschiedenen Ebenen. Das einfache Kopieren und Posten von Abschnitten aus einer regulären Pressemitteilung ist in diesem Sinne nicht ratsam, denn in Social Media geht es sehr viel emotionaler her. Die User möchten gehört und ernst genommen werden und nicht allein nüchterne Informationen zum Fall erhalten. Wer diese Faktoren nicht beachtet, läuft Gefahr die Online-Community weiter zu verärgern und die Krise im schlimmsten Fall zu verschärfen.

### #4 - FAZIT: ERFOLGREICH DURCH DIE SOCIAL MEDIA-KRISE

Krisen in Social Media erfordern zusammenfassend einen raschen und adäquaten Umgang. Dieser kann vor allem mit einem professionellen Social Media-Krisenmanagement umgesetzt werden. Wer vor dem Eintritt von Social Media-Krisen vorbereitet ist, Erfahrungswerte und Skills gesammelt hat sowie Funktionsweisen von Social Media kennt und beachtet, kann im Krisenfall sicher durch den Shitstorm navigieren – und diesen eventuell sogar in einen Candystorm verwandeln.

**Sie benötigen Unterstützung beim Social Media-Krisenmanagement? Wir helfen Ihnen gerne!**

# BETTER SAFE THAN SORRY.

**NEED SUPPORT? LET'S COMMUNICATE!**

**PREVENCY® GmbH**

Tel.: +49 202 52 74 84 84

E-Mail: [office@prevency.com](mailto:office@prevency.com)

Web: <https://prevency.com>

# ABOUT PREVENCY®

## **PREVENCY® GmbH**

W-tec Technologiezentrum  
Wuppertal Heinz-Fangman-Straße 4  
D-42287 Wuppertal  
Nordrhein-Westfalen

## **Kontakt:**

Tel.: +49 202 52 74 84 84  
E-Mail: [office@prevency.com](mailto:office@prevency.com)  
Web: <https://prevency.com>

Die PREVENCY® GmbH ist ein international tätiges Beratungsunternehmen für Reputationsrisiko- und Krisenmanagement, das 2015 von Lars Niggemann gegründet wurde. Wir unterstützen Unternehmen, Institutionen und Verbände unterschiedlicher Größen und Branchen aus dem gesamten Bundesgebiet sowie jenseits des Atlantiks. Unter anderem sind wir für unseren SOCIAL MEDIA SIMULATOR bekannt, welcher neben namhaften Konzernen auch von der Bundesregierung sowie dem Canadian National Department of Defence eingesetzt wird.

**BEI UNSERER ARBEIT VERBINDEN WIR  
ERFAHRUNG, WISSEN UND TECHNIK, UM  
DIGITALE RISIKEN ZU MINIMIEREN UND  
KRISEN DIGITAL ZU MEISTERN.**

**PREVENCY® GmbH**

W-tec Technologiezentrum  
Wuppertal Heinz-Fangman-Straße 4  
D-42287 Wuppertal  
Nordrhein-Westfalen

**Kontakt:**

Tel.: +49 202 52 74 84 84  
E-Mail: [office@prevency.com](mailto:office@prevency.com)  
Web: <https://prevency.com>

