

Sandrine Baumgartner, MSc., smedia Management

Social Media – Krisenmanagement

Das Wichtigste im Überblick:

- ✓ Warum ist Community Management wichtig?
- ✓ Die Grundlagen des Community Managements
- ✓ Strategien und Best Practices
- ✓ Herausforderungen und wie man sie meistert
- ✓ Checkliste & weiterführende Links

Krisenmanagement auf Social Media ist essenziell, da soziale Medien eine zentrale Rolle in der Markenkommunikation spielen. Im digitalen Zeitalter verbreiten sich negative Nachrichten oder Beschwerden in rasantem Tempo. Ein effektives Krisenmanagement hilft, Reputationsschäden zu vermeiden, das Vertrauen der Kund:innen zu bewahren und langfristige Beziehungen zu sichern.

1. Typische Krisen auf Social Media

1. **Negative Kundenbewertungen oder Beschwerden:** Öffentliche Kritik an Produkten, Dienstleistungen oder Kundensupport.
2. **Shitstorms:** Organisierte oder spontane Wellen negativer Kommentare.
3. **Fehlritte von Marken:** Unglückliche Postings, die als unsensibel oder beleidigend wahrgenommen werden.
4. **Technische Probleme:** Ausfälle oder Sicherheitsverletzungen, die Kund:innen beeinträchtigen.
5. **Fake News oder Gerüchte:** Falschinformationen, die die Marke negativ darstellen.

2. Phasen des Krisenmanagements

1. Prävention:

- Aufbau eines soliden Social Media Monitoring Systems.
- Erstellung eines Krisenplans mit klaren Verantwortlichkeiten.
- Schulung der Mitarbeiter:innen im Umgang mit Krisen.

2. Erkennung:

- Einsatz von Tools wie Google Alerts, Mention oder Brandwatch, um Stimmungen und Erwähnungen zu verfolgen.
- Identifikation von Mustern, die auf eine potenzielle Krise hindeuten.

3. Reaktion:

- Schnelle und transparente Kommunikation.
- Klare Stellungnahmen und ggf. Entschuldigungen.
- Konsistente Botschaften über alle Plattformen hinweg.

4. Nachbereitung:

- Analyse der Krise, um Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren.
- Kommunikation der ergriffenen Maßnahmen, um das Vertrauen wiederherzustellen.

Best Practice im Krisenmanagement:

- ✓ **Schnelle Reaktion:** Zeit ist ein entscheidender Faktor. Verzögerungen können die Situation verschärfen.
- ✓ **Authentizität:** Bleibe ehrlich und transparent. Vermeide ausweichende Antworten.
- ✓ **Empathie zeigen:** Gehe auf die Gefühle und Sorgen der Betroffenen ein.
- ✓ **Einheitliche Kommunikation:** Stelle sicher, dass alle Mitarbeiter:innen dieselben Informationen teilen.
- ✓ **Lessons Learned:** Jede Krise bietet die Möglichkeit, die eigenen Prozesse zu verbessern.

3. Tools für effektives Krisenmanagement

- **Social Media Monitoring Tools:** Hootsuite, Brandwatch, Sprout Social.
- **Kommunikationstools:** Slack oder Microsoft Teams für schnelle interne Abstimmungen.
- **Content Management Systeme:** Ermöglichen das schnelle Bearbeiten oder Entfernen problematischer Inhalte.

4. Checkliste für Krisenmanagement auf Social Media

1. Vorbereitung:

- Gibt es einen Krisenkommunikationsplan?
- Wurden alle Mitarbeiter:innen geschult?
- Sind Monitoring-Tools eingerichtet?

2. Erkennung:

- Werden Social Media Plattformen regelmäßig überwacht?
- Gibt es ein System zur Eskalation von Problemen?

3. Reaktion:

- Wurde die Krise sofort anerkannt?
- Gibt es eine zentrale Ansprechperson für die Öffentlichkeit?
- Sind die Botschaften klar und konsistent?

4. Nachbereitung:

- Wurde die Krise analysiert?
- Gab es ein internes Debriefing?
- Wurden präventive Maßnahmen implementiert?

5. Übung: Krisensimulation

Ziel: Vorbereitung auf den Ernstfall durch ein realistisches Szenario.

1. Wähle ein realistisches Krisenszenario, z.B. ein fehlerhaftes Produkt oder einen Shitstorm.
2. Erstelle einen Zeitplan, in dem das Szenario eskaliert.
3. Identifiziere die beteiligten Rollen: Social Media Manager:in, PR-Verantwortliche, Kundenservice.

4. Simuliere die Krisenbewältigung: Erstelle eine Stellungnahme, reagiere auf Kommentare und entwickle eine Lösung.
5. Nachbesprechung: Analysiere, was gut lief und was verbessert werden kann.

6. Relevante Links

1. Blogpost [smedia: Krisenmanagement Social Media](#)
2. [HubSpot: Social Media Krisenmanagement](#)
3. [Buffer: Krisenkommunikation in sozialen Netzwerken](#)

Für den Inhalt dieses Dokuments ist allein der:die jeweilige Expert:in verantwortlich.
Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte direkt an diese:n.