



*„Wenn Unternehmen in der
Krise tröpfchenweise
Wahrheiten servieren und die
Medien Bugwellen dagegen
setzen, dann erleben diese
den Tsunami, der ihr
Unternehmen unter Wasser
setzt oder gar wegspült.“*

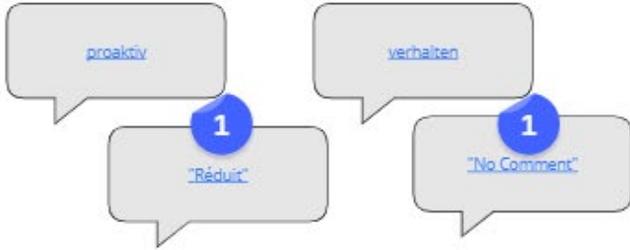
(Joachim Garth,
Publizist)

SW 12: Strategieübung Shitstorm

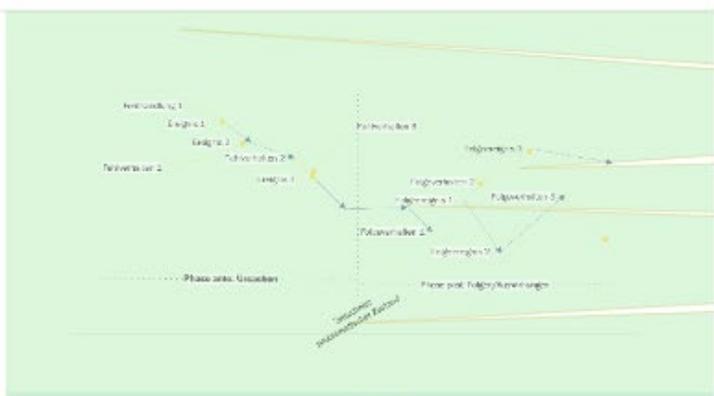
Dr. O. Baeriswyl



a) Wie verhalte ich mich kommunikativ gegenüber den Medien und der Öffentlichkeit? (Grundmuster)

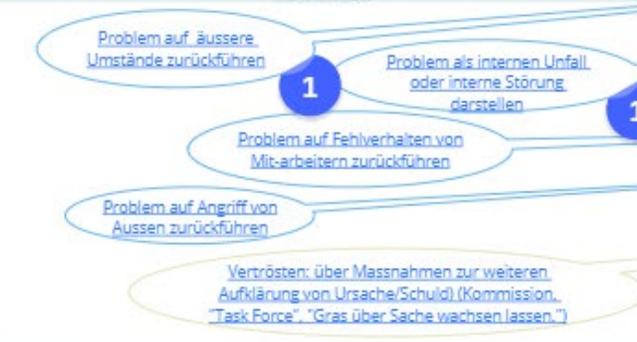


b) Was teile ich unmittelbar nach Ausbruch einer (akuten) Krise mit?



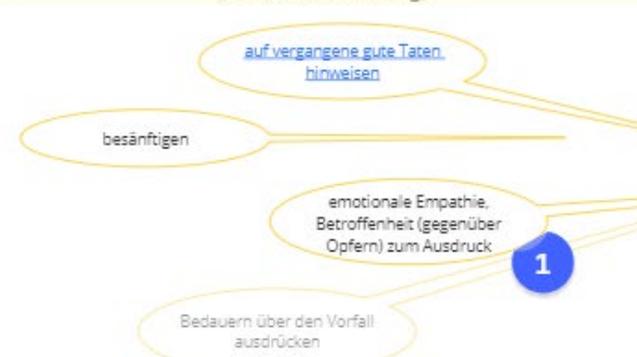
- Betroffenheit und emotionale Empathie gegenüber Opfern zeigen
- überprüfbare Fakten und Zahl zum Problem publizieren
- ev. Verhaltensempfehlungen zur Schadenbegrenzung abgeben
- Hinweise zur Erreichbarkeit und Folge-Infos (PK, Dark Side usw.)

c) Wie stelle ich das Problem (die Krise) dar? (deskriptives Framing)



- Problem auf äussere Umstände zurückführen
- Problem als internen Unfall oder interne Störung darstellen
- Problem auf Fehlverhalten von Mitarbeitern zurückführen
- Problem auf Angriff von Aussen zurückführen
- Vertrösten: über Massnahmen zur weiteren Aufklärung von Ursache/Schuld (Kommission, Task Force, "Gras über Sache wachsen lassen.")
- Problem abstreiten/verleugnen
- Schaden verharmlosen
- Problem relativieren (Vergleiche)
- Unternehmen als Opfer darstellen
- "Gegner" angreifen, diskreditieren

e) Wie reagiere ich auf welche Emotionen? (Emotionalisierung)



d) Wie reagiere ich auf Fragen/Zuschreibung von Schuld und Verantwortung? (normatives Framing)



- Zurückweisung der Schuld, Abstreiten der Schuld
- Andere Akteure ausserhalb der Organisation beschuldigen (Sündenbock)
- entschuldigen
- Rechtfertigung (Ausrede, Begründung, gute Absichten für höhere Ziele)
- Schuld eingestehen, um Vergebung bitten
- Opfer entschädigen und darüber informieren
- über Problemlösungsmassnahmen informieren (Schadensbegrenzung, Problemlösung)



Ausblick: Wie framen? Welche Botschaftsstrategien?

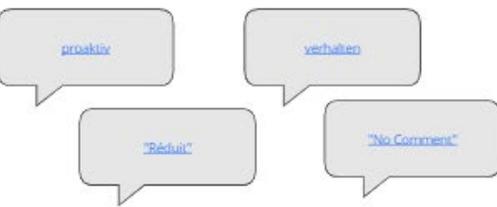


Was will/soll ich während der Krise unter welchen Voraussetzungen der Öffentlichkeit/den relevanten Anspruchsgruppen mitteilen?



https://miro.com/app/board/uXjVNyFWGLo=?share_link_id=899579337111

a) Wie verhalte ich mich kommunikativ gegenüber den Medien und der Öffentlichkeit? (Grundmuster)



c) Wie stelle ich das Problem (die Krise) dar? (deskriptives Framing)



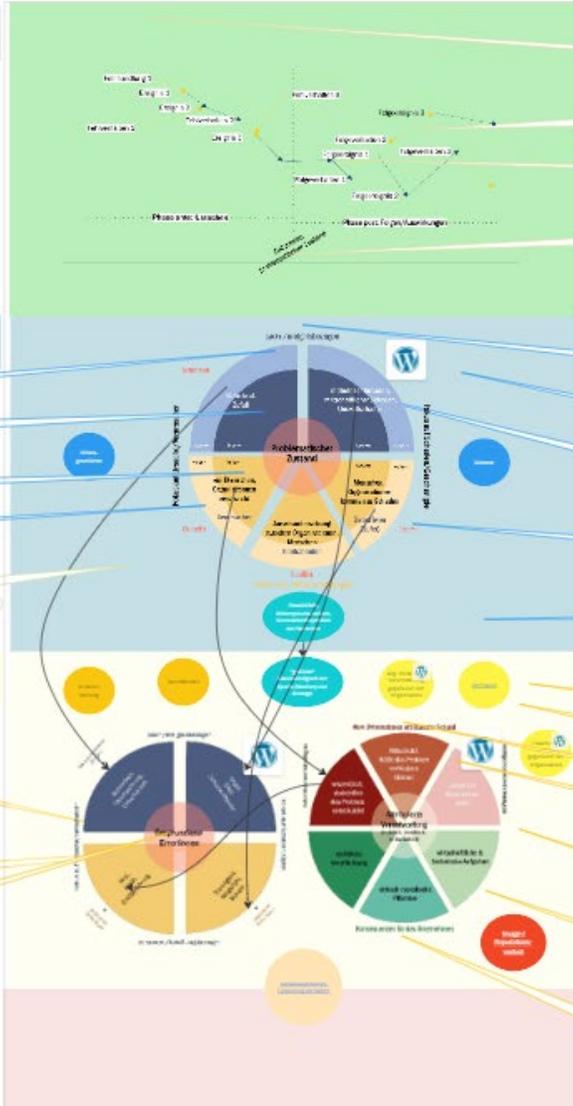
e) Wie reagiere ich auf welche Emotionen? (Emotionalisierung)



b) Was teile ich unmittelbar nach Ausbruch einer (akuten) Krise mit?



d) Wie reagiere ich auf Fragen/Zuschreibung von Schuld und Verantwortung? (normatives Framing)



Verhalten/Reaktionen von Anspruchsgruppen



Beispiel: Julia Klöckner wirbt für Nestlé



Sie sind Info-Chef der Politikerin: Wie reagieren Sie auf den Shitstorm?



Aufgabe:

- Wie reagieren Sie auf diesen Shitstorm auf Twitter?
- Wie reagieren Sie als CEO von Nestlé?

Teamarbeit: 10 Minuten

<https://twitter.com/i/status/1135553266476040192>