

Krisenkommunikation und Social Media

Kurzbericht

Kommunikation und Krisen



Gast:
Sascha Stoltenow
Bendler-Blog

Rückschau zum digitalen Vortrag mit Diskussion der JGSP Berlin vom 09.09.2021

Moderation
Cezara Löhnert und Jan Hassels

Bericht
Jan Hassels

Am 9. September sprachen wir mit Sascha Stoltenow über die Rolle der Krisenkommunikation und aktuelle Beispiele aus der deutschen Sicherheitspolitik.

Der Begriff "Krise" wird heutzutage häufig schon bei diversen "Shitstorms" in den sozialen Medien herbeigezogen, obwohl dies auf den Kern des Wortes gar nicht zutrifft. Durch diese vorschnelle Nutzung des Begriffes verfällt dessen Bedeutung.

Kleinere Fehltritte stellen nur selten eine existenzielle Bedrohung dar, welche den Fortbestand eines Unternehmens oder einer Organisation gefährdet. Aus unternehmerischer Sicht lässt sich der Begriff "Krise" gut am Beispiel einer Geschichte erklären. Wenn Unternehmen, dessen Mitarbeitende und Stakeholder zusammen eine Geschichte darstellen, so Kommunikationsberater Stoltenow, sind Krisen "plot twists" bzw. Handlungswendungen, die den Verlauf einer Geschichte verändern.

Mit diesem Wissen im Hinterkopf besprachen wir zusammen mit Sascha Stoltenow zunächst Themen wie die Pandemie, das Hochwasser in Teilen NRWs und Rheinland-Pfalz, sowie der Flüchtlingswelle von 2015.

Das Hochwasser kann als Katastrophe klassifiziert werden, welche für die beteiligten Akteure durchaus "krisenhafte Auswirkungen haben", so Stoltenow. Ähnlich sieht es bei dem Krieg in Afghanistan und der Pandemie aus.



Krieg in Afghanistan, Pandemie

Auch diese beiden Ereignisse ziehen krisenhafte Folgen nach sich, weisen jedoch eher Züge von Katastrophen vor. Eine solche Kategorisierung schmälert allerdings nicht das Leid, das in diesen Situationen entsteht. Vielmehr erlaubt sie einen spezifischeren Umgang und präziseres Handeln.

Die wichtigsten Erkenntnisse:

- Der Abzug aus Afghanistan kann als Krise bezeichnet werden.
- Zuständig sind das Auswärtige Amt, aber auch das Bundesverteidigungsministerium und das Bundesinnenministerium.
- Es gibt verschiedene Informationskanäle, die Situationen aus verschiedenen Perspektiven zeigen, besonders durch Social Media.
- Die Bundeswehr hätte in Zuge dieser Krise (Abzug) eine Zusammenführung der verschiedenen Informationskanäle anstreben sollen.
- Wenn bspw. die verschiedenen Sparten eines Unternehmens oder beteiligte Akteure in Afghanistan unterschiedlich zu Themen äußern (obwohl sie formal zusammenarbeiten), so führt dies zu einem inkonsequenten Bild in der Öffentlichkeit. Besonders in einer Krise ist das zu vermeiden. Das Ziel ist, mit einer Stimme zu sprechen.

In der anschließenden Diskussion wurden das Spannungsfeld zwischen Unterbindung von Desinformationskampagnen und Meinungsfreiheit, die Behördenkommunikation in Deutschland, die Kommunikation der Beschaffungsprozesse in der Bundeswehr und die Rolle von Social Media thematisiert. Außerdem sprachen wir darüber, wie ein kritisches Hinterfragen die Kommunikation eines Unternehmens oder einer Organisation verbessern kann.