



**„Haltungskommunikation
in Kultureinrichtungen
Thesen, Tools, Methoden“**

**berliner
museums
verband**

„Better safe than sorry. Mit einem guten Plan durch die Krise kommen“

Karin Bjerregaard Schlüter

Zunehmend mehr Institutionen stehen aufgrund gesellschaftspolitischer Polarisierung in der digitalen Kommunikation vor neuen Herausforderungen – darunter Shitstorms, Hate Speech und gezielte digitale Störungen. Bewährte Formate verlieren an Wirksamkeit, und immer seltener gelingt es, konfliktgeladene Themen in einem sachlichen Austausch ohne Eskalation zu verhandeln. In der Lunch Break am 27. November gab Prof. Karin Bjerregaard Schlüter ein „Krisenhandbuch“ an die Hand, um in Krisen planvoll handeln zu können. Ihre wichtigsten Thesen und Praxistipps zur ‚Krisenkommunikation‘ – insbesondere für das digitale Handeln – sind in folgendem Merkblatt zusammengefasst:

Erscheinungsformen der Diskurskrise:

- Shitstorm (Äußerungen werden in Blogs/Postings skandalisiert, Netzwerkeffekt)
- Versteckte Bombe (eine Person wurde eingeladen, deren frühere möglicherweise problematische Äußerungen unbekannt waren)
- Geplante Störung (politische Gruppen dringen in Räume ein, Banner u.ä.)
- Konfrontation (Aktivisten unterschiedlicher Lager begegnen sich)

Die Krise überstehen:

Man kann Krisen nicht verhindern, aber man kann „gut durch sie hindurchkommen“. Dabei ist ein „Krisenhandbuch“ hilfreich, das nach durchgestandenen Krisen um neue Tools und Maßnahmen aktualisiert werden kann.

Vier Phasen

Der typische Verlauf einer Krise lässt sich in vier Phasen beschreiben:

Verstehen:

- Verstehen von Thema und Diskurs: Was ist der Grundkonflikt? Was sind die Themen und Thesen? Wie wird mit welchen Begriffen aktuell diskutiert? Wie ist die Wahrnehmung in analogen und digitalen Medien? Oft unterscheidet diese sich erheblich. Digitale Analysetools verwenden.
- Verstehen von Akteur*innen und der eigenen Rolle: Wo stehen die beteiligten Personen? Wer sind die Hauptinfluencer? Was ist die eigene Rolle und Aufgabe?
- Verstehen der Krisendynamik: Um welchen Krisentypus handelt es sich? Wo findet die Krise statt? Welche Bedingungen gelten im physischen/digitalen Raum?

Vorbereiten:

- Haltungen und Handlungsmaximen: Welche Positionen halten wir für vertretbar? Gibt es rote Linien? (Klären von Code of Conduct, FAQs, Sprachregelungen und Textbausteinen, sprechsicher werden) Welcher Rahmen (auch juristisch) definiert unseren Handlungsspielraum?
- Workflows und Zuständigkeiten klären: Wer wird wann und wie aktiv? Wie arbeitet der Krisenstab? (Workflows und Meldekettten einüben, mit Stakeholdern sprechen, Kontaktlisten zu Verbänden/Kommunen/Politik anlegen, juristische Unterstützung klären und Briefings einholen: Welche Symbole sind z.B. strafrechtlich relevant?)
- Interne und externe Kommunikation: Welche digitalen Kommunikationsmaßnahmen planen wir intern und extern? (intern: Sprach- und Freigaberegulungen, Kontaktlisten zu Medien, Trainieren des Social Media Teams für Shitstorms; extern: Hotline, Antworttexte, Social Media Textbausteine)

Praktische Vorbereitungen vor Ort: Welche Orte bieten Platz z.B. für das Aufhängen von Transparenten? Absperrbänder, Erste-Hilfe-Kästen, Megafone

Durchkommen

Aktuelle Lage einschätzen, Abarbeiten der Pläne, Ansprache der Kontakte, Anwendung der vorbereiteten Materialien

Reflexion

Erfahrungen im Krisenhandbuch dokumentieren. Welche Erkenntnisse haben wir aus der Krise gewonnen? Welche Punkte müssen wir in unseren Planungen aktualisieren?

Prof. Karin Bjerregaard Schlüter

ist Kulturjournalistin und Digitalberaterin. Sie ist stellvertretende Leiterin des Masterstudiengangs „Leadership in digitaler Innovation“ an der Universität der Künste Berlin und lehrt dort in den Modulen Leadership und Organisation sowie Digitale Öffentlichkeit. Als Strategieberaterin begleitete sie zahlreiche Medienorganisationen in Transformationsprozessen. Zusammen mit Ralf Schlüter gründete sie 2022 die Agentur Kulturbotschaft.