

Wie überstehe ich einen Shitstorm – und wie vermeide ich ihn?



25. Oktober 2022 /
Learning Community @
Magglinger Trainertagung

Shitstorm: Prävention & Krisenmanagement

Ablauf

1. Begrüssung und Einleitung (5')
2. Übersicht über die aktuelle Social-Media-Landschaft (5')
3. Gruppenarbeit (25')
4. Handlungsempfehlungen (5')
5. Fazit & Diskussion (5')

Vorstellung

Pierre Hagmann

Team Medien & Information
Swiss Olympic

Ausbildung

Lic. rer. sec. in **Medien & Kommunikationswissenschaft**, Universität Fribourg & Universidad Madrid, 2011

CAS **Kommunikationsmanagement** 2021,
Schwerpunkt Krisenkommunikation

Berufliche Stationen

Mehrjährige Tätigkeit als **Journalist**, u.a. bei «Berner Zeitung» & «Tages-Anzeiger»

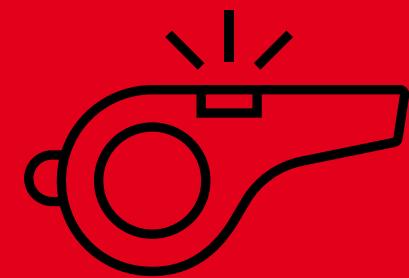
Leiter Kommunikation EHC Olten

Leiter Kommunikation Spital STS AG, Thun



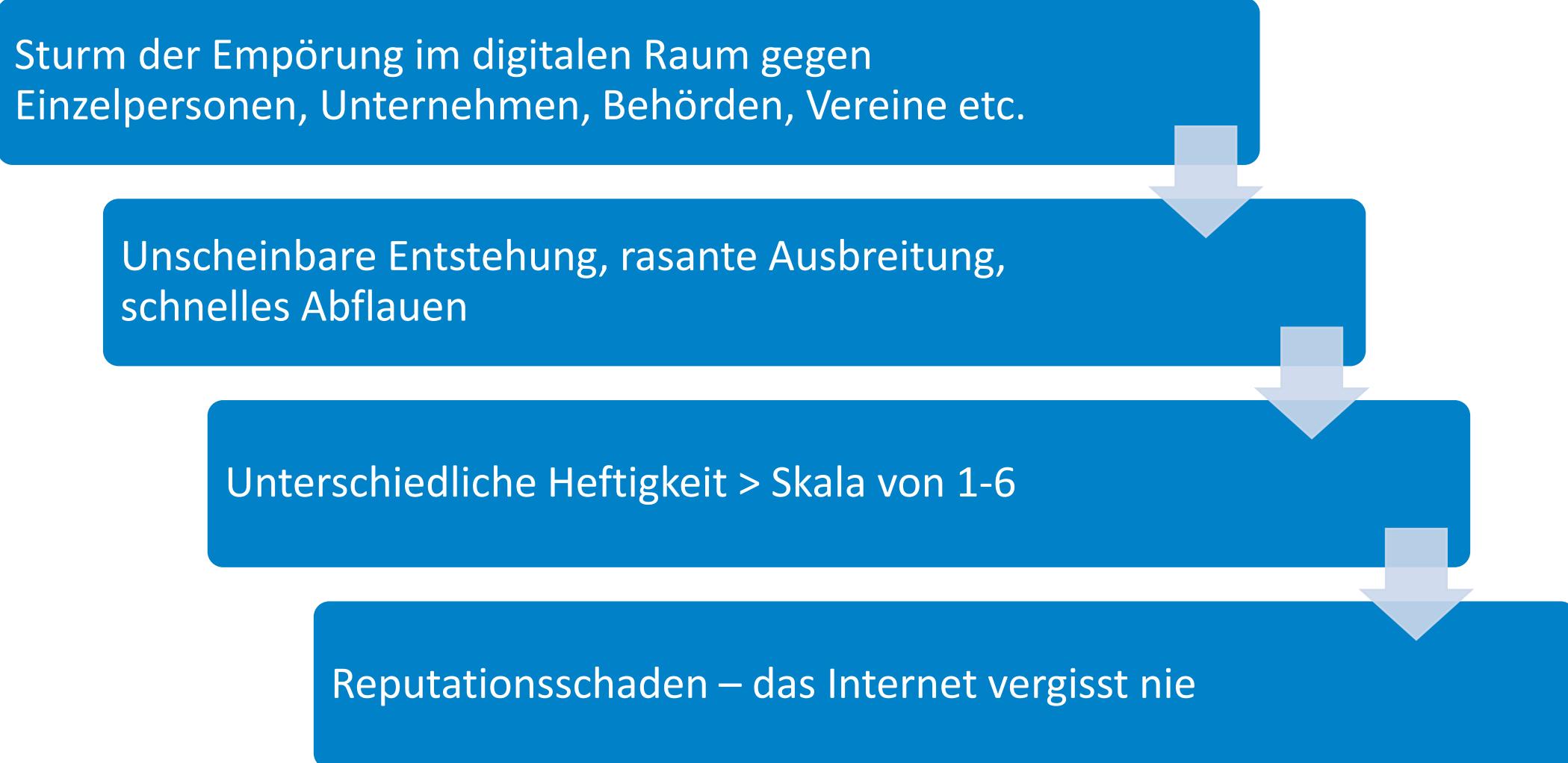
**Wie erlebt ihr die
Athletinnen und Athleten im
Umgang mit Social Media?**

**Wie seht ihr hier eure
Rolle als Coaches?**



Was sind die Merkmale eines Shitstorms?

Sturm der Empörung im digitalen Raum gegen Einzelpersonen, Unternehmen, Behörden, Vereine etc.



Unscheinbare Entstehung, rasante Ausbreitung, schnelles Abflauen

Unterschiedliche Heftigkeit > Skala von 1-6

Reputationsschaden – das Internet vergisst nie

Was sind Ursachen eines Shitstorms?

Sportliche
Vorkommnisse

Kritik an Konkurrenz

Diskriminierung

Unerlaubte
Leistungssteigerung

Privates Fehlverhalten
oder Ethikverstöße

Politischer
Extremismus /
Ignoranz

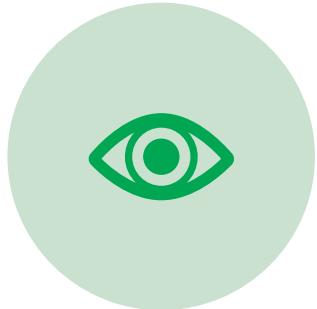
Werbepartnerschaften

Angeberei

>> oft ist nicht
Verhalten auf Social
Media selbst Ursache.

>> Abgrenzung zu
Stalking / Hate
Speech!

Grundsätze im Umgang mit Shitstorms



OFFENHEIT UND
TRANSPARENZ



SCHNELLIGKEIT



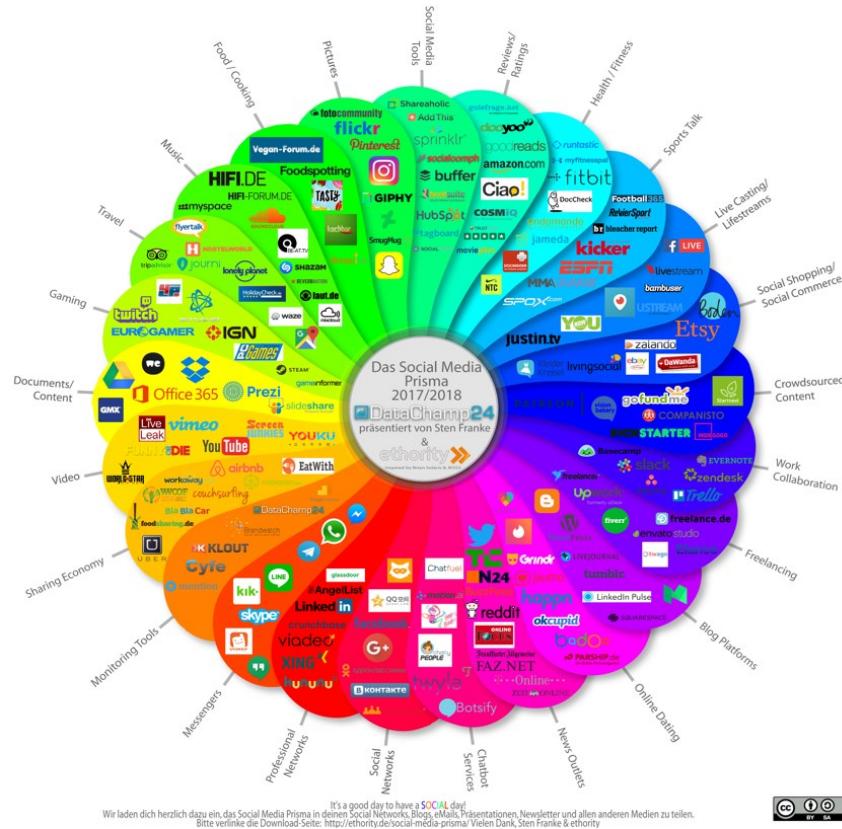
AUFRICHTIGKEIT
UND AUTHENTIZITÄT



BESONNENHEIT

Übersicht Social Media Kanäle & Shitstorm-Potential

- «Klassiker» (Social Networks):
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - Tiktok
- Messaging & Organizing:
 - Whatsapp, Threema, Telegram
- Media Sharing:
 - Youtube, Vimeo
 - Dropbox
- Sport
 - Strava, Nike Run etc.
- Etc. (Social Media Prisma)



It's a good day to have a **SOCIAL** day!
Wir laden dich herzlich dazu ein, das Social Media Prisma in deinen Social Networks, Blogs, eMails, Präsentationen, Newsletter und allen anderen Medien zu teilen.
Bitte verlinke die Download-Seite: <http://ethority.de/social-media-prisma/>



Twitter

- **Kurznachrichten, schnell und unkompliziert**
- **Wer ist da?**
 - Journalisten (!)
 - Politiker*innen, Behörden
 - Aktivist*innen, Politische NPO
- Themen: News, Politik, Sport, Kultur
- **DIE** Plattform für Journalisten und Aktivist*innen.
- Quelle und Sprachrohr für Medien
- Viele «anonyme» Nutzer*innen, Bots als grosses Problem
- Schnelle und rasche Multiplikation durch Medien und Aktivist*innen
- «Empörungskultur»



Shitstorm-
Potential:
Sehr hoch

Facebook

- **Newsquelle, Bilder, Gruppen etc. («Gemischtwarenladen»)**
- **Wer ist da?**
 - Fans (eher älter)
 - Journalisten
 - Vereine / Verbände
- Themen: News, Politik, Sport, Kultur, Business
- Schnelle und rasche Multiplikation durch technische Funktionalität (Kommentare sind wichtiges Feature) und Gruppen
- Algorithmus fördert Beiträge mit viel Interaktion -> popularisierende Themen gefördert
- «Wutbürger*innen» auch ohne Anonymität verbreitet, Tendenziell gehässige und sarkastische Kommentarkultur
- Negative Interaktionsmöglichkeiten (Wut-Emoji etc.)



Shitstorm-Potential:
Sehr hoch

Instagram

Shitstorm-
Potential:
Mittel aber
wachsend

- **Bilder und (Kurz-)Videos sind zentral, Stories, Reels etc.**
- **Wer ist da?**
 - Athlet*innen
 - Fans (jung und vermehrt auch ältere Fans)
 - Journalisten
 - Vereine / Verbände
- Themen: Unterhaltung, Sport, Infotainment
- Fans sind nahe (Unkomplizierte Kontakt und Taggingmöglichkeiten)
- Algorithmus fördert Beiträge mit viel Interaktion -> popularisierende Themen erhalten dadurch u.U. mehr Präsenz
- Schnelllebige Formate: Tendenz weniger Empörungspotential, aber nicht absolut.
- Interaktion erschwert einfach Unmutsbekundungen (Nur Like-Button)

Tiktok

- **(Kurz-)Videos**
- **Wer ist da?**
 - Fans (tendenziell jung)
 - Athlet*innen, Verbände zunehmend
- Themen: Unterhaltung, Sport, Infotainment
- Eher intime Plattform
- Extrem schnelllebig
- Hoher Viralitätsfaktor (Follower weniger entscheidend als Content)
- «Ungeschliffene» und direkte Jugendsprache kann irritierend sein
- Für Shitstorm der User fast zu schnelllebig, als dass Medien es aufnehmen.
Aber als Quelle eigenen Fehlverhaltens nicht unterschätzen



Shitstorm-
Potential:
Klein - Mittel
aber
wachsend

Direct Messaging / Gruppen (Whatsapp, Snapchat etc.)

- Persönlicher Austausch (Text und Multimedia)
- Wer ist da?
 - Nahes Umfeld
 - Grosse Gruppen
- Themen: Alles
- Eher intime und direkte Plattform
- Vertrauen in alle notwendig
- Achtung mit intimen Aufnahmen und Texten
- Quelle für Fehlritte: Falsche Versände



Gruppenarbeit

Shitstorm: Akute Situation

Szenario: Ein Schweizer Newsportal hat berichtet, dass euer Athlet für eine Trainings-Woche in Paris mit dem Flugzeug angereist ist – und kritisiert das als Fehlverhalten in Zeiten der Klimakrise. Euer Athlet selbst postet danach auf Facebook einen Kommentar mit den Worten: «Wir können das nächste Mal gerne zusammen hinwandern, spielt ihr meinen Packesel? Da seid ihr sicher nützlicher als im Journalisten-Job». Daraufhin entlädt sich ein Sturm der Empörung in den Kommentarspalten, Euer Athlet wird als Ignorant beschimpft, man wünscht ihm alles Böse bis hin zu schweren Verletzungen, taggt seine Sponsoren und fragt diese, wie das mit ihren Werten vereinbar sei, die Medien nehmen die Geschichte nun breit auf, Sponsoren distanzieren sich, woraufhin noch mehr Beleidigungen und harsche Kritik entsteht in den sozialen Medien.

Aufgabe/Fragestellung:

Du bist mit deinem Athleten in Paris im Training, ohne weiteren Staff vor Ort. Was rätst du deinem Athleten und wie unterstützt du ihn nun?

15 Minuten Zeit für Austausch in der Gruppe. Erstellt einen kleinen Massnahmenplan und notiert die wichtigsten Do's and Dont's.

Gruppenarbeit

Shitstorm: Prävention

Aufgabe/Fragestellung:

Ihr wisst, dass Eure Athletin in der Emotion sehr impulsiv handeln kann. Welche Vorkehrungen trifft ihr, um das Risiko zu verringern, dass sie in einen Shitstorm gerät?

10 Minuten Zeit für Austausch in der Gruppe. Erstellt eine Liste mit möglichen Präventiv-Massnahmen.

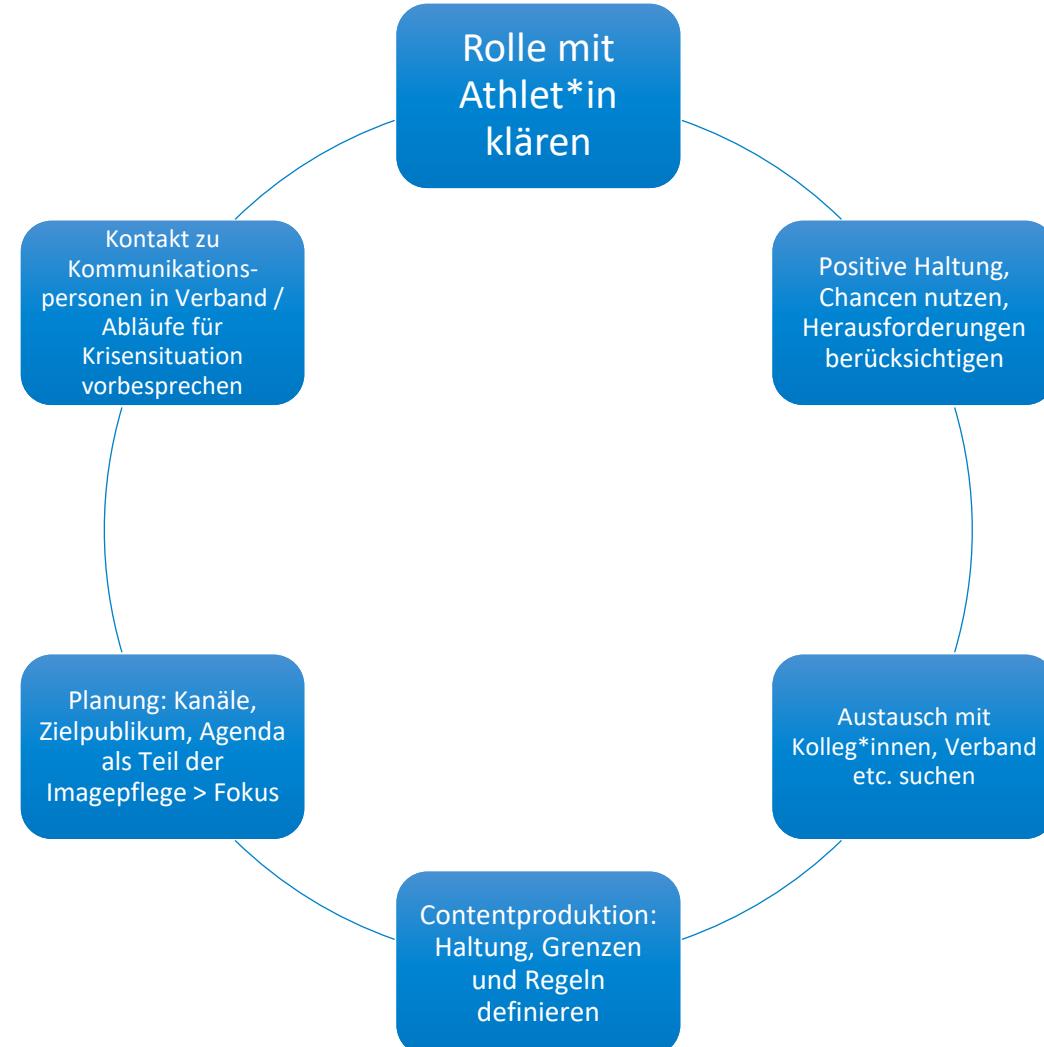
Zuerst so: Pressekonferenz

Dann so:

„Trainer Christophe Galtier entschuldigte sich am späten Dienstagabend nach dem Sieg im Champions-League-Spiel gegen Juventus Turin (2:1) für seine Aussagen, mit denen er einen Kurzstreckenflug seines Teams verteidigt hatte. „Glauben Sie mir, wenn ich sage, dass mir der Klimawandel und unser Planet Sorgen bereiten“, sagte Galtier nun: „Ich bin mir unserer Verantwortung bewusst. Es war ein schlechter Witz zu einer schlechten Zeit, und ich bereue es.“ PSG-Superstar Kylian Mbappé dagegen reagierte bislang nicht auf die Kritik, auch eine Anfrage der Nachrichten-Agentur AFP bei seinem Management blieb unbeantwortet.“



Handlungsempfehlungen: Prävention & Tipps



Handlungsempfehlungen: Akute Krise



Handlungsempfehlungen: Stellungnahme

Ab Stufe 4 der
Shitstorm-Skala

Reue/Entschuldigung

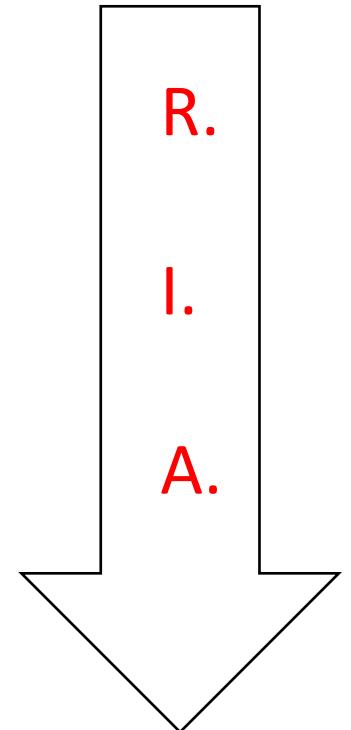
Informationen
offenlegen / eigene
Perspektive zeigen
für mehr Verständnis

Wiedergutmachung
& Besserung geloben

Verantwortung
übernehmen /
Konsequenzen
ziehen

C'est le ton qui fait la
musique

R.
I.
A.



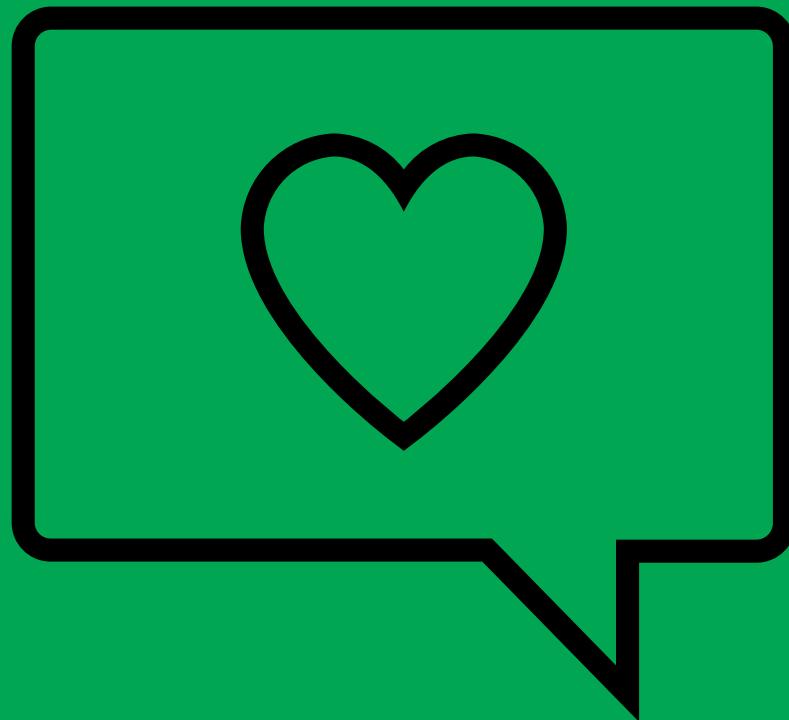
Externe Hilfe

Social Media Guides, Tipps, Videos und weitere Unterlagen zum Thema Social Media sowie Cybermobbing/Stalking findest du unter www.swissolympic.ch/some.

- #NetzAmbulanz - #NetzCourage (Notfall-Angebot für Shitstorm-Opfer)

...wahrscheinlicher:
Candystorm!

Das Privileg von
Sportler*innen...



Fragen?





Herzlichen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

Main National Partners



Premium Partners

