



MARKETING CLUB
BRAUNSCHWEIG

„Euer Laden ist der letzte Scheiß!“

Shitstorm-Management im Marketing

Katharina Hohnsbehn
Pressesprecherin der 3Landesmuseen Braunschweig
JuMP-Orgateam

Was ist ein Shitstorm?

- Shitstorm (dt. Scheißesturm)
- seit 2013 im Duden: „Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium des Internets, der zum Teil mit beleidigenden Äußerungen einhergeht“
- Wikipedia: „[...] das lawinenartige Auftreten negativer Kritik bis hin zur Schmähkritik im Rahmen von sozialen Netzwerken, Blogs oder Kommentarfunktionen von Internetseiten. Er richtet sich gegen Unternehmen, Institutionen, Einzelpersonen oder in der Öffentlichkeit aktive Personengruppen wie etwa Parteien.“
- Sascha Lobo (2010): „Prozess, bei dem in kurzem Zeitraum eine subjektiv große Anzahl an kritischen Äußerungen getätigt wird, von denen sich zumindest ein Teil vom ursprünglichen Thema ablöst und stattdessen aggressiv, beleidigend, bedrohend oder anders attackierend geführt wird.“

Pinky Gloves – Wenn Shitstorms Unternehmen zerstören

Pinky♥



- Startup von Eugen Raimlukow und André Ritterswürden (ca. 2017)
- Produkt: pinke Einweg-Plastikhandschuhe zur Entsorgung von Damen-Hygieneartikeln
- 12.04.2021: Ausstrahlung der Gründer-Sendung „Die Höhle der Löwen“, Investment von 30.000 € für 20% Firmenanteile von Unternehmer Ralf Dümmel
- anschließend Shitstorm, hauptsächlich auf Twitter, Vorwürfe gegen die Gründer: Anmaßung, Sexismus, Umweltverschmutzung, Stigmatisierung, Abzocke
- 19.04.2021: Statement, Einstellung aller Vertriebs- und Werbeaktivitäten

STATEMENT

Wir hören auf mit #pinkygloves

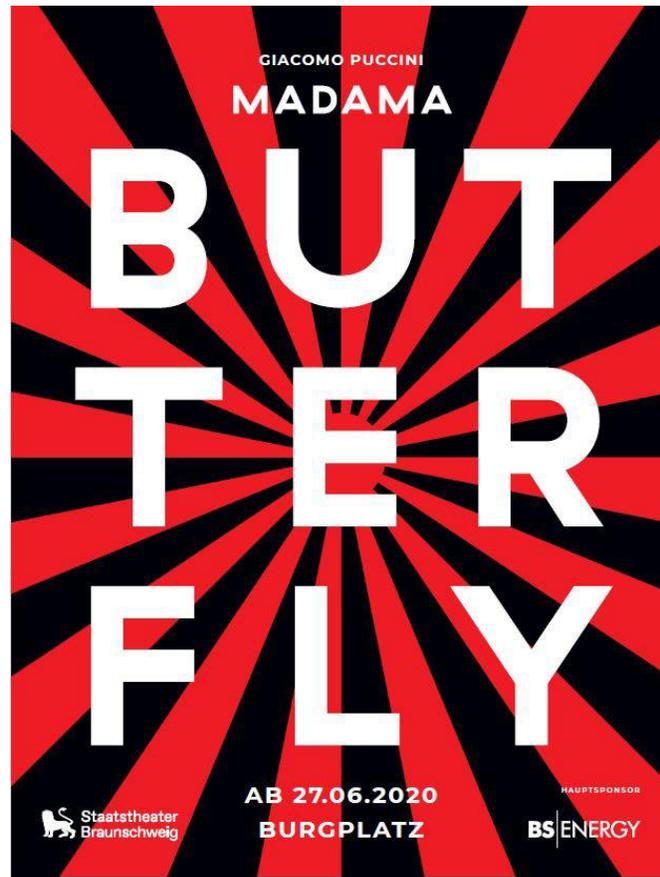
Wir hatten zu keinem Zeitpunkt vor, jemanden zu diskreditieren oder einen natürlichen Prozess zu tabuisieren. Die Entwicklung unseres Produkts und die Kommunikation dazu war nicht durchdacht. Menschen machen Fehler - Und mit Fehlern muss man umgehen, man muss daraus lernen und man sollte auch die Chance bekommen, an Fehlern zu arbeiten.

Gemeinsam mit Ralf haben wir uns dazu entschieden, dass die Pinky Gloves vom Markt genommen werden und haben hierfür entsprechend alle notwendigen Maßnahmen eingeleitet. Wir stellen sämtliche Einkaufs- und Vertriebsaktivitäten ein.

Wir entschuldigen uns bei allen, deren Gefühle und Emotionen verletzt wurden. Wir können nachvollziehen, dass sehr viele darüber verärgert sind. Wir begrüßen nach wie vor, dass eine wichtige Debatte angestoßen wurde, wo die sachliche und konstruktive Debattenkultur hoffentlich wieder die Oberhand gewinnt.

Was uns nachhaltig sehr trifft, ist die Tatsache, dass wir einer heftigen Welle an Hass, Mobbing und Gewaltandrohungen, bis hin zu Morddrohungen, ausgesetzt sind. Wir werden auf offener Straße attackiert und beschimpft. Wir haben uns die Kritik zu Herzen genommen und sie verstanden. Wir halten das nicht mehr aus und sind mit unseren Kräften am Ende. Bitte hört damit auf, uns, unsere Familien und Unterstützer:innen anzugreifen und zu bedrohen.

Burgplatz Open Air 2020/21 – Ein Plakat geht um die Welt



© Staatstheater Braunschweig

- Februar 2020: Staatstheater Braunschweig veröffentlicht Plakat zum Burgplatz Open Air „Madama Butterfly“
- Plakat zeigte die farblich verfremdete japanische Militärflagge Kyokujitsuki, die im Bühnenbild eine Rolle spielte
- anschließend Shitstorm auf Facebook, vornehmlich von Koreaner:innen und Chines:innen; (ehemalige) Mitarbeitende des Staatstheaters informieren die deutsche, britische und koreanische Presse; Theaterleitung, Sponsor und Regieteam werden per Photoshop von Hater*innen vor eine Hakenkreuz-Flagge montiert
- April 2020: Motivtausch

Interne Fragen bei Shitstorm

- Welche(n) Fehler haben wir begangen?
- Wie ist unser Thema in die Kreise gelangt, wo der Shitstorm entstand?
- Sind die Kommentare qualifiziert, differenziert und einer Auseinandersetzung würdig? („Trolle wollen nicht sachlich diskutieren.“)
- Wurde von den Follower:innen gegen Gesetze verstoßen (Beleidigung, Gewaltandrohung)?
- Welche Konsequenzen hat der Shitstorm auf unser Unternehmen?
- Wie können wir weitere Angriffe künftig verhindern?

... und manchmal hilft Humor





Shitstorm - Psychologie der Täter*innen und und Mitläufer*innen

1. Welche Motive treiben die Täter*innen an?
2. Was macht den Shitstorm leicht im Internet?
3. Warum machen andere mit? Gruppendynamik als Shitstorm-Motor.



1. Der göttliche Funke

Status in Gruppen und Einfluss auf das Denken und Handeln von anderen zu haben, befriedigt uns. Unser Gehirn schüttet Endorphine aus.

„Glaubenskrieger“ wollen mit aller Macht ihre eigene Denkweise durchsetzen. Dabei wollen sie von einer Idee überzeugen. Finden sie damit Anklang, kann eine gefährliche Spirale der Verstärkung entstehen.

2. Die arme Wurst

Unsichere Menschen, die sich als wenig einflussreich erleben, kompensieren diese Schwäche mit Angriff. So ermächtigen sie sich und ihre eigene Bedeutungslosigkeit ist weniger spürbar und beängstigend.

Persönliche ökonomische oder soziale Probleme verführen zu Hass und Neid.

3. Der King im Ring

Geltungsbedürfnis und Narzissmus verstärken die Wahrscheinlichkeit, Täter*in zu werden.

Aufmerksamkeit, auch negative, ist das Dope dieser Menschen. Sie wollen ärgern und provozieren, um die Energie anderer auf sich zu lenken.

Solche Menschen verfügen über wenig Empathie und haben ggf. eine Persönlichkeit mit Krankheitswert.



Enthemmungseffekte

Oft werden Stellungnahmen im Netz als risikolos betrachtet. Ohne spürbare (körperliche) Konsequenzen, mit denen wir in der materiellen Welt immer rechnen, schwindet auch das Verantwortungsgefühl und mit ihm die Hemmungen. Noch enthemmter sind wir, wenn wir Teil von etwas „Großem“ sein dürfen. Der spontane Zusammenhalt im Shitstorm beflügelt.

Entmenschlichung

Die Anonymität des Internets macht es leicht, das Opfer nicht mehr als Menschen zu sehen. Wir erleben keine direkte Reaktion wie in der wirklichen Welt, was die Einfühlung erschwert. Das Opfer wird seiner Würde beraubt und wie ein Objekt betrachtet oder behandelt.

Unachtsamkeit

Wir sind gewöhnt, schnell und oft unüberlegt im Netz zu posten oder zu antworten. Wir nehmen uns nicht die Zeit, uns kurz in die Perspektive des anderen hineinzusetzen und unsere Formulierungen selbstkritisch zu prüfen.

- 🗨️ **Dabei sein ist alles:** Menschen wollen in einer Gruppe dazugehören und brauchen Wertschätzung. Es ist das kleinere Übel, die eigene konträre Meinung zu verheimlichen, als die Gruppe gegen sich aufzubringen.
- 🏃 **Gute Mitläufer*innen:** Konformität ist geachtet und erwünscht, wenn es der eigenen Seite in emotional geführten Auseinandersetzungen dient - nicht nur dem persönlichen Nutzen. Abweichende Haltungen werden hingegen verfemt, abgewertet und die Menschen dahinter aus der Gruppe extegiert.
- 🗣️ **Die Mehrheit hat Recht (Group-Think-Phänomen):** Wir sind eher bereit, Menschen zu verurteilen, wenn wir glauben, dass die Mehrheit derselben Meinung ist. Unser Gehirn glaubt, die Mehrheit kann nicht irren. Im Netz kann eine kleine Gruppe von Personen groß wirken, indem die Information weit gestreut wird.
- 💪 **Beauty Contest:** Wir haben alle den tiefen menschliche Wunsch nach Anerkennung und Reputation. Kurz gesagt, wer schnell und laut mitmacht, erhält Aufmerksamkeit und Status in der Gruppe. Wer sich oben halten will, muss immer schärfer zuspitzen und radikalieren. Ein Wettbewerb befeuert die Situation.
- 😬 **Pssst bei Mitleid:** Menschen halten andere für deutlich aufgeregter. Gleichzeitig unterschätzen sie deren Mitgefühl, denken also, mit dem Gefühl, der Shitstorm wäre unverhältnismäßig, stünden sie allein da. Daher teilen sie sich nicht mit und versäumen die Chance der Deeskalation.

Die 6 größten Fehler im Shitstorm



1

Ignorieren ❌

Negative Kommentare einfach so stehenlassen und so eine mögliche Viralität provozieren? Keine gute Idee!

Fehler leugnen! ✨

Fehler passieren – eine aktive und transparente Kommunikation kann wahre Wunder bewirken.

2

3

Hyperventilieren! 🗣️

Don't panic! Nicht jeder negative Kommentar löst gleich einen Sturm der Entrüstung aus.

9 to 5 Moderation 🕶️

Social Media never sleeps. Krisenherde bedürfen permanentem Monitoring.

4

5

Öl ins Feuer kippen! 🔥

Kritik nicht ernstnehmen, Beiträge wahllos löschen oder gar Kritiker von oben herab behandeln lässt das Feuer nur unnötig entfachen.

Angst vor klarer Kante 💪

Manche Kommentare bedürfen klaren Statements. Keine Scheu!

6

Was tun im Falle des Shitstorms?

1. Schritt: **Sachliche Prüfung der Situation**
auf *Meinungsäußerung* bzw. *falsche Tatsachenbehauptung*

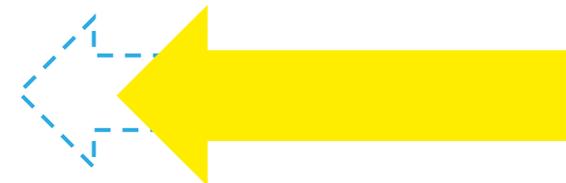


2. Schritt: **Aktives Krisenmanagement und transparente Informationspolitik**

- ☀ Ehrliches Eingestehen von Fehlern
- ☀ Kritiker direkt ansprechen
- ☀ Kommunikation, wenn möglich, aus der Öffentlichkeit lenken
- ☀ Konkrete Lösungen anbieten
- ☀ Transparenz zeigen und Hintergründe erläutern



Nach der Krise: *Was können wir aus der Situation lernen?*



Krisenprävention

Risikobewertung:

Wie hoch ist das Shitstorm-Potential?



Tipp: Entwicklung eines Krisenplans

- ☀️ Definition potentieller Krisenherde
- ☀️ Musterformulierungen für Krisenfälle
- ☀️ Krisenteam
- ☀️ Eskalationsstufen
- ☀️ Ablaufplan

Empfohlene Maßnahmen zur Prävention:



- ☀️ **Etablierung von Social-Media-Guidelines**
- ☀️ **Publikation einer Netiquette** auf Social-Media-Präsenzen
- ☀️ **Permanentes Monitoring sämtlicher Online Kanäle** (z.B. mithilfe Google Alerts, Talkwalker, FanpageKarma)