Einleitung

Was hat Goliath eigentlich falsch gemacht?

In der biblischen Erzählung unterlag der Riese Goliath seinem vermeintlich schwachen Gegner David, obwohl er groß wie ein Hüne war und bis an die Zähne bewaffnet in den Kampf zog. Seine bis dahin erfolgreiche Strategie der Stärke führte in dieser neuen Situation in den Tod. Der Grund für seine fatale Niederlage war letztendlich seine Unfähigkeit, eine ihm unbekannte Gefahr frühzeitig zu erkennen und seine Strategie entsprechend anzupassen. Das Erstaunliche: Die Begebenheit aus dem Alten Testament wiederholt sich in der jungen Geschichte des Internets wieder und wieder. Die Liste der Beispiele ist lang, in denen das Kräfteverhältnis zweier ungleicher Gegner für den scheinbar stärkeren zum Verhängnis wird. Immer wieder verstricken sich große Unternehmen oder einflussreiche Persönlichkeiten in der neuen vernetzten Welt des Internets und enden mit ihren altbewährten Abwehrmechanismen in der Online-Arena als moderner Goliath.

Dabei folgen die Mechanismen moderner Krisen zwar einem neuen, aber durchaus vorhersehbaren Schema: Egal, was die Ursache gewesen sein mag, reagiert das betroffene Unternehmen oder die angegriffene Person falsch, bricht der gefürchtete „Shitstorm" los. Das zum Anglizismus des Jahres 2011 gekürte Wort beschreibt einen Sturm der Empörung, der sich binnen kürzester Zeit unkontrollierbar über Austauschplattformen wie Facebook, Twitter & Co. verbreitet. Er wird sich schnell über die klassischen Medien ausweiten und schließlich zu einer veritablen Image-Krise erwachsen, oft mit unkalkulierbaren finanziellen Folgen – es sei denn, die Mechanismen moderner Krisen werden erkannt und mit neuen Strategien gezielt außer Kraft gesetzt.

Das Entscheidende an diesen „neuen" Krisen ist, dass sich die Spielregeln für die Krisenkommunikation in vielerlei Hinsicht geändert haben. Nicht nur ist durch die elektronischen Medien für den Betroffenen die verbleibende Reaktionszeit auf ein Minimum zusammengeschmolzen. Auch das Kräfteverhältnis der Player hat sich deutlich geändert. Selbst große und einflussreiche Organisationen sehen sich plötzlich einer erdrückenden Masse gegenüber. Und wer die Situation unterschätzt, gerät wie einst Goliath in die Falle.

Um unter diesen neuen Rahmenbedingungen die richtige und erfolgreiche Strategie zu finden, muss man das Netz verstehen und seine unterschiedlichen Medien, deren Funktionsweisen, Stärken und Schwächen genau kennen. Unternehmen sollten interne Strukturen aufbauen, mit denen potenzielle Krisen frühzeitig identifiziert werden. Und auch das Instrumentarium der Krisenkommunikation muss aufgefrischt und einer grundsätzlichen Neuausrichtung unterzogen werden.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie alles über das Phänomen der modernen Internetkrisen, über erfolgreiche Kommunikationsstrategien gegen die Krise und natürlich auch über die Maßnahmen, die Sie ergreifen können, um nicht als Goliath des Internets zu enden.

Danksagung
Unser ausdrücklicher Dank gilt der Frau von Herbert Stoffels, Frau Tania Ehrentraut, die uns tatkräftig bei der Erstellung des Buches unterstützt hat.

Peter Bernskötter und Herbert Stoffels

http://www.springer.com/978-3-8349-3473-4

Die Goliath-Falle
Die neuen Spielregeln für die Krisenkommunikation im Social Web
Stoffels, H.; Bernskötter, P.
2012, XI, 112 S. 20 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-8349-3473-4