

## Shitstorm: "Content gegen Content schießen"

14.10.2011 | 14:48 | (DiePresse.com)

### Podiumsdiskussion bei der "buzzattack"-Konferenz: Wie überlebt man einen Shitstorm? Wie man richtig reagiert und komministert, berichteten Betroffene.

Im Rahmen der Social-Branding-Konferenz "**buzzattack**" wurde eine Podiumsdiskussion zum Thema Krisenkommunikation veranstaltet. Das Thema: "How to survive a Shitstorm"

Was ist eigentlich ein Shitstorm? Damit wird ein Online-Phänomen bezeichnet, bei dem sich ein Unternehmen oder auch eine Person mit einem Sturm verbaler Angriffe konfrontiert sieht. Anlass ist meistens ein aktuelles Ereignis, das als ungerecht empfunden wird.

Das prominenteste "Opfer" eines Shitstorms in Österreich war bisher das Museumsquartier Wien. Der Auslöser war die Übernahme der Facebook-MQ-Fanpage: Diese war bis dahin vom Studenten Helmuth Lammer aufgebaut und betrieben worden - immerhin 20.000 Fans hatte er gesammelt. Facebook erledigte die angefragte Umwidmung so schnell, dass sich Lammer trotz vorhergehender Gespräche überrumpelt fühlte. Sein Posting eröffnete den Shitstorm: "Na gut - ihr Arschlöcher - Ich geh damit an die Presse".

Alina Lauchert, die Social-Media-Verantwortliche des MQ, über ihre Erfahrungen: "Im Nachhinein hat sich herauskristallisiert, dass zehn bis zwanzig Leute aus 20.000 Fans über die ganze Zeit aktiv beteiligt waren." Der Rat von Lauchert: Es sei sehr wichtig, alle Kommentare zu dokumentieren, auch jene, die gelöscht werden.

Welche rechtlichen Schritte könnte man unternehmen? Noch gebe es keine Social-Media-konformen rechtlichen Regelungen, sagte der Rechtsanwalt Wolfgang Renzl. Dennoch bestehe die Möglichkeit, gegen Beleidigungen vorzugehen. Die Internet-User hätten noch immer nicht gelernt, wie sie im World Wide Web kommunizieren: "Die Menschen müssen erst lernen, dass sie jetzt öffentlich und nachhaltig kommunizieren."

Der Shitstorm auf der Facebook-Seite des Museumsquartiers ist kein Einzelfall: Im Juni 2011 traf ein Shitstorm die Tierschutzorganisation WWF Deutschland nach der WDR-Premiere der Dokumentation "Der Pakt mit dem Panda".

Paula Hannemann von WWF Deutschland dazu: "Es ist wichtig zu erkennen, dass man mit 40.000 Stimmen keinen Dialog führen kann. Man muss sofort versuchen, in eine Moderationshaltung zu kommen." Deshalb sei es wichtig, bereits im Vorhinein abzuklären, wer wie lange kommunizieren könne. Denn: "Es geht darum, Content gegen Content schießen zu können." Und dafür sei Vorbereitung nötig.

Wie reagieren die sogenannten arrivierten Medien auf Shitstorms? Günter Felbermayer von *DiePresse.com* sieht sich hier als Nachrichtenvermittler: "Wir wollten im Rahmen des Shitstorms beim MQ die Argumente der beiden Gegenparteien darstellen und eine 'runde G'schicht' draus machen. Denn wenn ein Shitstorm tobt, ist es wichtig, die Hintergründe zu erklären - denn diese waren nicht mehr ganz klar."

[>>Der Artikel zum MQ-Shitstorm](#)