

# Krise auf Social Media wegen Stromausfall, Baustelle oder Cyberangriff

Strategien und kommunale Best Practices für eine erfolgreiche Krisenkommunikation

## PROGRAMM

**> 09:00**

### **Herzlich willkommen**

Begrüßung

**Reinhardt Neuhold**, Geschäftsführer, Agentur Gerhard GmbH

Technische Einführung in das Web-Seminar-Tool

### **VKU-Akademie**

Ausblick auf die Themen des VKU-Web-Seminars

**Reinhardt Neuhold**, Geschäftsführender Gesellschafter, Agentur Gerhard GmbH

**> 09:05**

### **Social Media als strategischer Kanal in der Krisenkommunikation**

- Rolle und Vorteile von Social-Media-Kanälen in der modernen Krisenkommunikation
- Relevante Unterschiede zwischen Facebook, Instagram, X (ehemals Twitter) und Co.
- Vorbereitung von Krisensituationen:
  - Entwicklung einer Social Media Krisenkommunikationsstrategie
  - FAQ-Kommunikationsplan
  - Rollen und Verantwortlichkeiten im Krisenteam
  - Monitoring und Frühwarnsysteme: Implementierung von Tools und Prozessen

**Reinhardt Neuhold**, Geschäftsführer, Agentur Gerhard GmbH

› 09:40

### **Kontrolle über die Krise: Beschwerden, Falschinformationen, Shitstorm und Co. - Was nun?**

- Mini-Exkurs: Integration der Auskunftsgesetzpflicht in die Krisenkommunikationsstrategie
    - Wann sind kommunale Unternehmen „Behörden“ im Sinne des Presserechts?
    - Wem gegenüber muss Auskunft erteilt werden?
    - Wann und warum sich Proaktivität trotzdem lohnt
  - Dos and Don'ts auf Social Media in der Krise
    - Einblicke in unterschiedliche Szenarien und mögliche Lösungsansätze
    - Auch ohne Community-Manager: in gut vorbereitet auf Fragen und kritische Kommentare
      - Wie setze ich die Kund:innenbrille auf, um die Sachlage zu verstehen?
  - Nach der Krise ist vor der Krise – Learnings für die Zukunft umsetzen
- Reinhardt Neuhold**, Geschäftsführer, Agentur Gerhard GmbH
- 

› 10:15

### **Pause**

---

› 10:30

### **Praxisbeispiel: Stromausfall, Busumleitung, Wasserrohrbruch - Vorbereitung von Krisen-Content**

- Analyse der eigenen möglichen Krisenthemen
  - Krisen-Content auf Social Media und der eigenen Website synchronisieren
  - Umgang mit negativen Kommentaren oder Falschinformationen
  - Wie und wobei helfen ein aktiver Netzwerkaufbau sowie die Präsenz in regionalen Social-Media-Gruppen?
  - Herausforderungen und Tipps
- Miriam Adel**, Unternehmenskommunikation, Stadtwerke Schwabach
- 

› 11:00

### **Praxisbeispiel: Potenziellen Krisenthemen durch Info-Content zuvorkommen**

- Proaktiver Umgang mit kritischen Themen wie einer Baustelle
  - Hintergründe des Video-Formats: „Auf der Baustelle - Wo? Was? Warum?“
  - Vorteile, Learnings und geplante Weiterentwicklungen des Formats
  - Einblicke in den Umgang mit weiteren Beispielen
  - Unsere Erfahrungen: Bild + Text oder Video? Feed vs. Storyformat? Instagram vs. facebook?
- Lisa Hoff**, Referentin Unternehmenskommunikation, Stadtwerke Osnabrück
- 

› 11:30

### **Praxisbeispiel: Transparente Social-Media-Kommunikation bei einem Cyberangriff**

- Ableitungen von der bestehenden Krisenkommunikationsstrategie auf die sozialen Kanäle
  - Kommunikations- und Entscheidungsprozesse im Krisenfall
  - Sicherstellung der Konsistenz von interner und externer Kommunikation
  - Einblicke in weitere Beispiele wie Warnungen vor dubiosen Anrufen und veränderte Schließzeiten des Kundenservicecenters
- Melissa Yilmaz**, Marketing, Stadtwerke Arnsberg
- 

› 12:00

### **Q&A: Sie haben offene Fragen? Hier gehen wir gemeinsam in den Austausch.**

---

Viel Erfolg bei der Teilnahme der Veranstaltung!

Bitte beachten Sie: Das Programm wird fortlaufend online aktualisiert. Ihr Programm-Ausdruck ist vom 18.04.2025. Die aktuellen Informationen zum Programm finden Sie hier:

<https://www.kommunaldigital.de/online-event/krise-auf-social-media-wegen-stromausfall-baustelle-oder-cyberangriff>.