

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 Auskunftsgesberpflicht 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 30.06.2026. Die aktuellen Informationen zum Programm finden Sie hier:

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