

Krise auf Social Media wegen Preiserhöhungen, Stromausfällen oder Baustellen

Strategien und kommunale Best Practices für eine erfolgreiche Krisenkommunikation

PROGRAMM

› 09:00

Herzlich willkommen

Begrüßung

Christine Seeliger, Geschäftsführerin, navos – Public Dialogue Consultants GmbH

Technische Einführung in das Web-Seminar-Tool

VKU-Akademie

Ausblick auf die Themen des VKU-Web-Seminars

Christine Seeliger, Geschäftsführerin, navos – Public Dialogue Consultants GmbH

› 09:05

Dialog statt Eskalation: Social Media als Schlüssel in der Krisenkommunikation

• Gesellschaft im Wandel

◦ Neue Herausforderungen für die Krisenkommunikation: Gesellschaftliche Modernisierung, Bildungsexpansion, Medienwandel, Globalisierung

• Von der Erwartung zur Akzeptanz: Der Schlüssel liegt im Dialog

◦ Erwartungsmanagement: Erwartungen moderieren und Erwartungsfallen vermeiden

◦ Nachbarschaftskommunikation als strategischer Hebel

• Von der Strategie zur Umsetzung: Social Media als Schlüssel in der Krisenkommunikation

◦ Wie soziale Netzwerke zur schnellen, direkten Kommunikation in Krisensituationen beitragen können

◦ Unterschiede in Wirkung und Funktion von Plattformen wie Facebook, Instagram, X (ehemals Twitter) & Co.

◦ So gelingt die Vorbereitung auf den Ernstfall:

■ Aufbau einer durchdachten Krisenstrategie speziell für Social Media

■ Entwicklung eines FAQ-Plans für häufige Fragen und Standardantworten

■ Klar definierte Rollen im Krisenteam und interne Abläufe

■ Etablierung von Monitoring-Tools und Frühwarnsystemen zur rechtzeitigen

Reaktion

Christine Seeliger, Geschäftsführerin, navos – Public Dialogue Consultants GmbH

› 09:40

Wenn die Krise da ist: Umgang mit Beschwerden, Falschinformationen, Shitstorms und Co.

- Mini-Exkurs über die Auskunftspflicht innerhalb der Krisenkommunikationsstrategie
 - Wann gelten kommunale Betriebe als „Behörde“ im presserechtlichen Sinn?
 - Wer darf (oder muss) Auskunft erhalten?
 - Warum eine proaktive Kommunikationsstrategie sinnvoll ist – auch wenn keine Pflicht besteht
 - Was tun in der heißen Phase?
- Handlungsempfehlungen für Social-Media-Krisensituationen – was hilft wirklich?
- Typische Fehler vermeiden: Erfahrungswerte aus verschiedenen Szenarien
- Auch ohne eigenes Community-Management-Team vorbereitet sein auf Rückfragen und Kritik
- Perspektivwechsel: Wie lässt sich die Sicht der Kund:innen besser nachvollziehen?
 - Krisenbewältigung mit Zukunftsblick:
- Learnings dokumentieren und in Prozesse überführen – für die nächste Herausforderung gewappnet sein

Christine Seeliger, Geschäftsführerin, navos – Public Dialogue Consultants 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, Städtische Werke Schwabach GmbH

› 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 AG

› 11:30

Praxisbeispiel: Umgang auf Social Media mit kritischen Reaktionen auf eine Wasserpreiserhöhung

- Wie entstand die öffentliche Kritik?
- Welche Auswirkungen zeigten sich auf den Social-Media-Kanälen?
- Einblicke in die daraus folgenden Kommunikations- und Entscheidungsprozesse
 - Erste Schritte: Monitoring, Einordnung und interne Abstimmungen zur Reaktion
- Ableitungen von der bestehenden Kommunikationsstrategie auf die sozialen Kanäle
 - Welche Inhalte wurden wann und wie aufbereitet und ausgespielt
- Lessons Learned: Was hat gut funktioniert – und was nehmen wir für zukünftige Fälle mit

Chantal Rubróder, Leitung Kommunikation und Marketing, Pressesprecherin, Stadtwerke GmbH Bad Kreuznach

› 12:00

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

› 12:15

Ende des VKU-Web-Seminars

Viel Erfolg bei der Teilnahme der Veranstaltung!

Bitte beachten Sie: Das Programm wird fortlaufend online aktualisiert. Ihr Programm-Ausdruck ist vom 17.04.2026. Die aktuellen Informationen zum Programm finden Sie hier:

<https://www.kommunaldigital.de/online-event/krise-auf-social-media-wegen-preiserhoehungen-stroma-usfaellen-oder-baustellen>.