

Digitale Etikette und ihr Shitstorm

„Nur ein richtiger Shitstorm lässt ein Unternehmen die wahre Bedeutung von Social Media erkennen!“
Bernd Braun

Trainer, Berater und Coaches, aber auch Speaker und viele weitere Einzelkämpfer stehen vor dem gleichen Dilemma: Social Media effektiv für die eigenen Zwecke zu nutzen und gleichzeitig nicht in Gefahr laufen, zu viel Privates von sich Preis zu geben. Mit dieser Einschätzung stehen Sie nicht alleine. Auch großen Unternehmen fällt es oft schwer sich dieses Bindeglied zwischen Kunde und Unternehmer zunutze zu machen, obwohl sich dort gleich ganze Abteilungen damit beschäftigen. Wo steckt die Lösung dieser allgemeinen Skepsis vor diesem Dilemma?

Die Lösung steckt in der Kombination von Digitaler Etikette und den negativen Kommentaren, in Massen vorkommend als Shitstorm bezeichnet. Die Lösung in negativen Kommentaren sehen? Ja, Sie haben richtig gelesen. Wenn Sie einen negativen Kommentar einmal genau betrachten, dann fällt Ihnen eine Besonderheit dieser Art der Kommunikation auf: Sie ganz persönlich sind darauf aufmerksam geworden! Einer Ihrer Kontakte in Social Media hat es weiter gepostet. Sie haben es gelesen. Sie wissen damit über den Betroffenen Bescheid. In der Regel googlen Sie dann nach ihm oder gehen auf seinen Social Media Account, der oft im Kommentar verlinkt ist. Warum? Neugierde. Sie wollen mehr über die Person wissen, die den Kommentar betrifft.

Damit haben Sie, falls Sie selbst ein solcher Kommentar einmal treffen sollte, einen neuen Besucher Ihres Social Media Accounts oder Ihrer Website. Dieser kann sich dann ein eigenes Bild über Ihre Person machen. Ist Ihre Website richtig gut auf neue Besucher ausgerichtet, dann haben Sie in der Regel gleich einen neuen potentiellen Käufer Ihrer Produkte oder Dienstleistungen. *„Schlechte Nachrichten, sind gute Nachrichten.“*, ein Leitsatz, nach denen sich Journalisten oft richten und in diesem Zusammenhang seine volle Berechtigung einfordert.

Bei einem Shitstorm haben Sie richtig danebengegriffen. Dann haben Sie über kurze Zeit – meist wenige Stunden und Tage - eine Unmenge an negativen Kommentaren, meist Trittbrettfahrer, die von dem eigentlichen Vorgang nichts mitbekommen haben. Welchen Vorteil können Sie daraus ziehen?

Richtig genutzt kann ein Shitstorm Ihnen Tausende von Euros an Marketingmaßnahmen einsparen. Auf einen Shitstorm werden Medien sofort aufmerksam und verfolgen diesen sehr genau. Wie reagieren Sie? Wann reagieren Sie? Wie beurteilen Sie das Thema? Und viele weitere Fragen werden von den Journalisten genauestens beobachtet. Wenden Sie jetzt die Digitale Etikette an, dann können Sie nur gewinnen.

Digitale Etikette beschreibt das gesellschaftliche Verhalten in den sozialen Netzwerken. Oft reagieren besonders Einzelunternehmer sehr spontan auf eine Kaskade von Negativmeldungen über sich. Dazu sollten Sie sich auf gar keinen Fall verleiten lassen, wahren Sie, wie im echten Leben, die Etikette. Sondieren Sie die Meldungen – Twitter und Google Alerts sind dafür gut geeignet – finden Sie heraus wo die Quelle liegt. Konzentrieren Sie sich auf diese Quelle. Antworten Sie auf Kommentare des Auslösers in dieser Quelle. Beobachten Sie alle weiteren Social Media Kanäle, antworten Sie aber immer nur dem Auslöser in der einen Quelle. Alle anderen Kanäle werden sehr schnell versiegen und sich auf diese eine Quelle konzentrieren. Sie haben damit die Leitfunktion des Shitstorms übernommen. Er ist jetzt in Ihrer Hand.

Nun kommt es darauf an, wie Sie antworten. Hier gibt es nur eine Möglichkeit: Authentisch und ehrlich, dafür ist die Digitale Etikette sehr gut geeignet. Beleidigen Sie niemanden und bleiben Sie sachlich. Entschuldigen Sie sich, wenn eine Entschuldigung angebracht ist. Versuchen Sie auf nette Art und Weise, das Gespräch aus der Öffentlichkeit in einen privaten Rahmen zu bringen. Bitten Sie

den Verursacher der Meldung z.B. zu einem persönlichen Gespräch. Binden Sie öffentlich keine Drittperson, die dafür evtl. verantwortlich ist, mit ein. Falls die Ursache ganz objektiv gesehen nicht bei Ihnen liegt, Sie dies öffentlich begründen und beweisen können, dann schreiben Sie dies auch. Eine verspätete Lieferung, weil Ihr Lieferant nicht geliefert hat, gehört auf gar keinen Fall dazu! Sie diskreditieren damit die eigentlich sehr gute Zusammenarbeit mit Ihren Lieferanten. Es ist immer vorteilhafter, für die Fehler anderer einzustehen. Dies wird insbesondere in den sozialen Netzwerken hoch angerechnet. Gerade weil dies so selten vorkommt und jeder die Schuld bei jemanden anderen sucht. Ich lese oft in Kommentaren, dass sich der Schreiber gewünscht hätte, dass der Verursacher für seinen Fehler eingestanden wäre. Dann hätte der Kommentarverfasser seinen Kommentar sogar positiv formuliert.

Digitale Etikette ist ein Verhaltensregelwerk, welches auf aktuellen digitalen Normen beruht und das sich auf die Erwartungen an ein Sozialverhalten innerhalb virtuell-sozialer Kreise bezieht. Vor dem Monitor sitzt immer ein Mensch, der sich nach Umgangsformen richtet, die sich in seinen regionalen Umkreis als förderlich herausgestellt haben. In der digitalen Umgebung des Internets fallen diese regionalen Umgangsformen. Hier kann über Kulturgrenzen hinweg zeitgleich kommuniziert werden. Es kommen andere übergreifende Umgangsformen zur Anwendung. Ein Ostfrieser, der mit einem Urgestein aus Bayern sich digital austauscht, wird auf kulturelle Probleme stoßen, die ihm so nur aus seinem Urlaub bekannt sind. Hier gilt es, übergreifende und allgemeingültige Verhaltensregeln zu benutzen, die digital reproduzierbar sind. Dies wird im Digitalen Etikette-Verhaltensregelwerk zusammengefasst. Wird dieses Grundlagenwissen richtig angewendet, haben Sie einen nicht aufzuhaltenden Erfolg mit Ihren Dienstleistungen und Produkten.

Bernd Braun
www.braun.social