



kulturΣ

Σbotschaft

Haltungs- und Krisenkommunikation 2025

Karin Bjerregaard Schlüter

München | 14. Oktober 2025

USA | Politik | Wirtschaft | Meinung | Panorama | Sport | München >

ANZEIGEN

Heute + Folgen

Eklat

3Wo. •

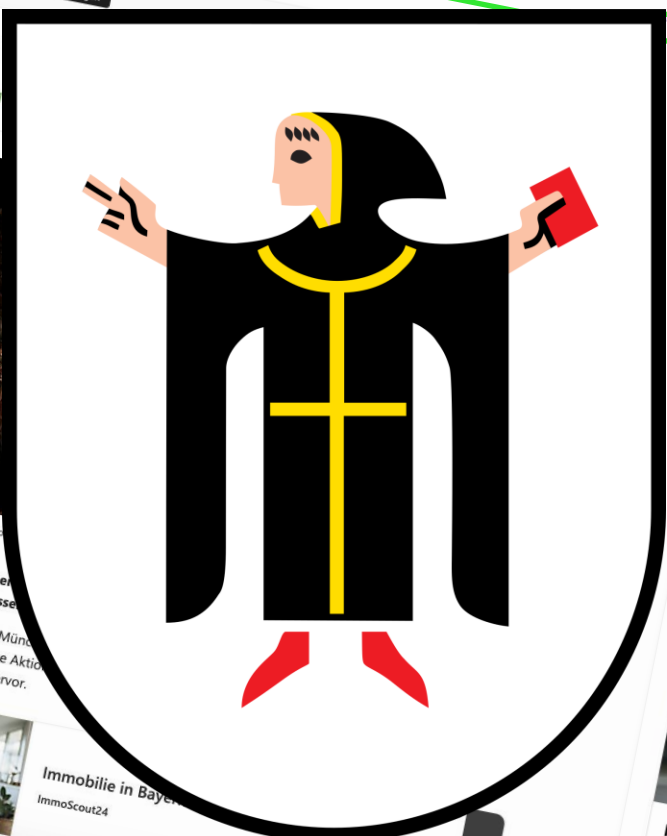
SZ | Mein

MEHR F.A.Z.

ZEITUNG

Schuld und

Von Stefan Trinks 31.07.2025, 1



Die Aufführung musste unterbrochen werden.
© REUTERS

Gaza-Protest bei München Dirigent Shani bleibt gelassen

Keine 15 Minuten waren die Münchner Symphoniker in der Konzertsäle, als auch schon eine geplante Aktion begann: Die Musiker zogen eine Palästina-Fahne hervor.

COOL
KOSTENLOS NEUE
MIETER-INNEN FINDEN

Immobilie in Bayern
ImmoScout24

München
Emal Mathl

UNTERHALTUNG | KAUFBERATER | SPORT | FUSSBALL | RATGEBER | GESUNDHEIT | SEX & LIEBE | AUTO | SPIELE

Minister



Eilmeldung: Bundesregierung beschließt Solar-Bonus für...

Solarmagazin | Deutschland

Gesponsert

Besuchen Sie Heute

ORF-Star Maurer gibt zu: "Mach mir bissl in die Hose"

Horror bei Ö3: Grusel-Challenge mit Spinne und Schlange

Finanzielle Notlage – Neos wollen Gemeinden fusionieren



Inserieren Sie Ihre Immobilie in Bayern jetzt kostenfrei [Hier klicken]

Finden Sie einfach und kostenlos geeignete Mieter:innen für Ihre Immobilie

ImmoScout24

...ttismus, der sich auch auf

Sparen, aber künstlerisch nicht abbauen: Die Kammerspiele stehen vor
(Foto: Sven Hoppe)



2024



erstes Halbjahr 2025

Erwähnungen-Trend

Nennungen insgesamt

195

↓ 20%

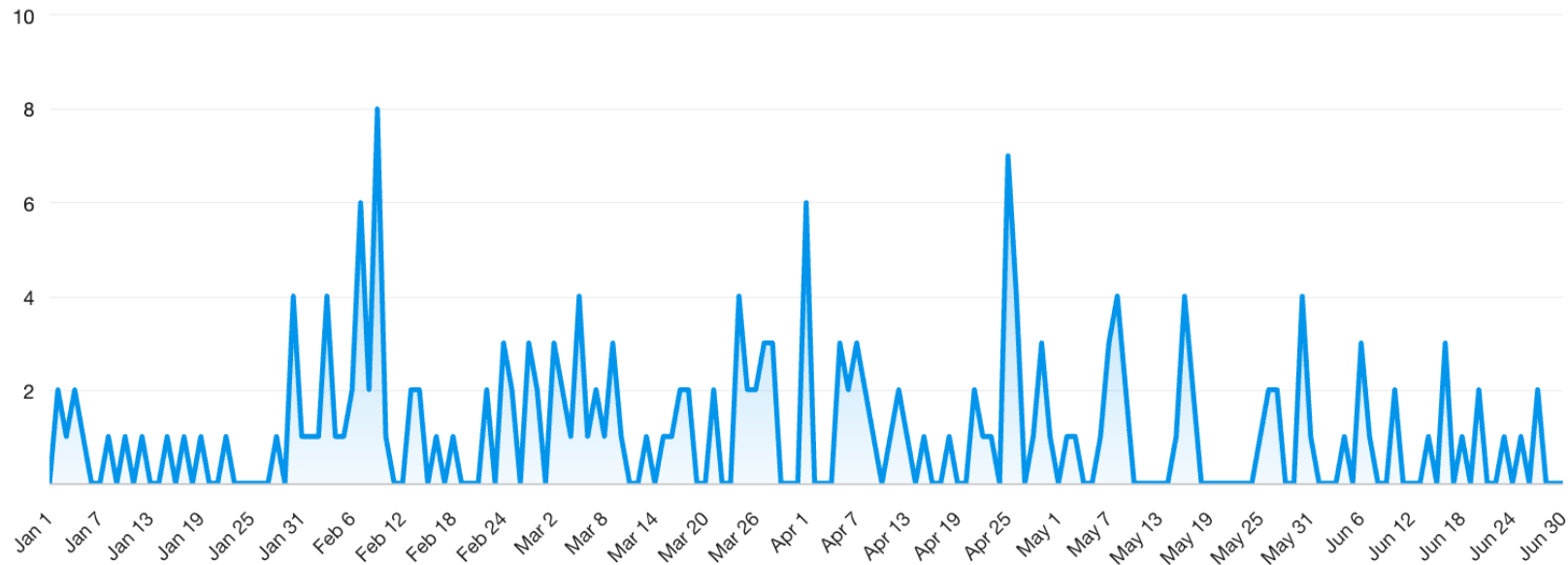
Vorheriger Zeitraum 244

Täglicher Durchschnitt

1

↓ 20%

Vorheriger Zeitraum 1





2025

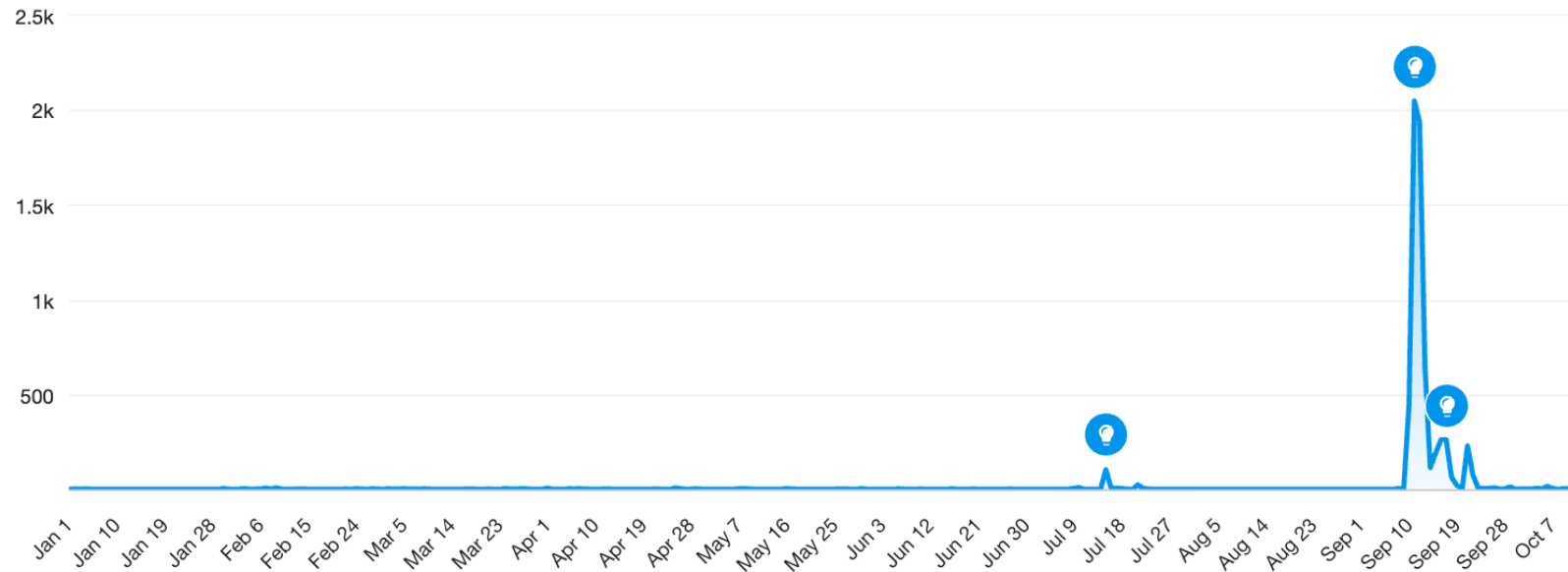
Erwähnungen-Trend

Nennungen insgesamt

6.77k ↑ 1851%
Vorheriger Zeitraum 347

Täglicher Durchschnitt

23 ↑ 1851%
Vorheriger Zeitraum 1



Krisenwahrnehmung

Es gibt sechs Krisenklassen:

- Level 1 | Echauffieren
- Level 2 | Berechtigte Kritik
- Level 3 | Mitglieder der Organisation verstoßen gegen Werte
- Level 4 | Mitglieder der Organisation rebellieren
- Level 5 | Die Organisation wird gezielt angegriffen
- Level 6 | Berechtigt Kritik und die Organisation verschleiert



Trigger im aktuellen Diskurs

Typische Reaktionen

- werden bewusst gesetzt
- führen zur Panik und Schockstarre, Rückzug und Vermeidung
- die Reaktionen stimmen nicht zwangsläufig mit der Bedeutung überein



Trigger im Diskurs

- Trigger sind Orte in der Tiefenstruktur moralischer Überzeugungen auf deren Berührung man besonders emotional reagieren = Emotionalisierung von sachlichen oder rationalen Debatten
- Trigger sind verbunden mit sozialen Erfahrungen und Einstellungen



Wie können Trigger im Diskurs dienen?

1. Anzeiger gesellschaftlicher Konfliktlinien
2. Verdichtung emotionaler Energie
3. Politische und mediale Mobilisierung
4. Hinweis auf eigene Werte und Narrative





»Bewusste Codierung von
Trigger.«



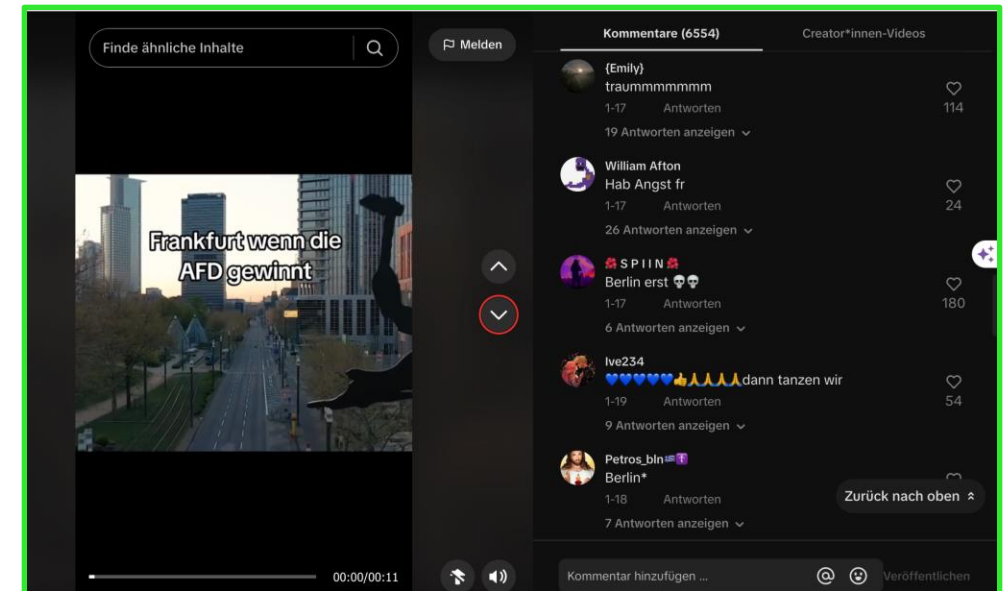
Codes

- verkürzen die Kommunikation
- wirken durch den Kontext und eindeutige Botschaften
- kulturelle Codes sind eine kollektive Leistung
- der Vorgang der Codierung kann häufig nachvollzogen werden



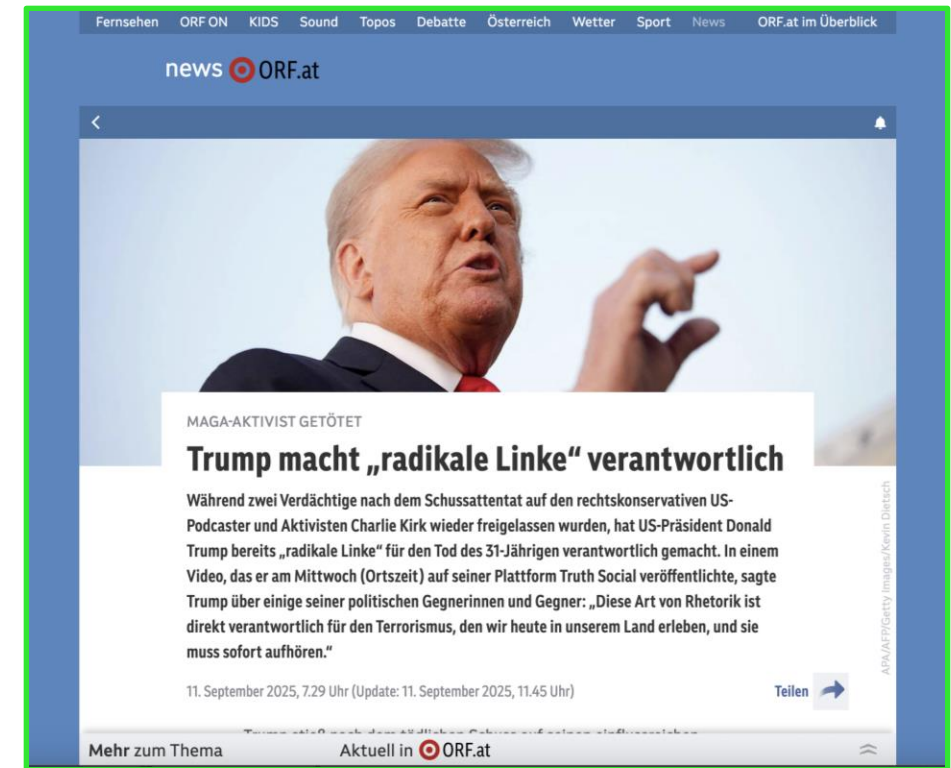
Codes

- Verwendung von Zahlen- und Buchstabencodes, Emojis und Hashtags
- Dient zur Erkennung von Gleichgesinnten und zur Tarnung vor Unwissenden
- 🙋, ⚡, ⚡, 💙, ⬛, ⬜, 🔴, 🤡, 🖋️, 🙇, 🐑



Trigger im Diskurs

- Trigger werden aufgebaut, um sie als Token einsetzen zu können
- „Remigration“, „radikale Linke“, „Israelhasser“, „Verbotspartei“
- Im Konfliktfall reicht de Token, um sogar offensichtlich nicht zutreffende Zuschreibung als Kampfmittel zu benutzen.





»Wo ein Trigger ist, ist noch keine
Wahrheit.«



Trigger im Diskus

- Bilder funktionieren besonders gut
- die Botschaften müssen einfach und anschlussfähig sein
- je komplizierte der Code, umso schwerfälliger wird er
- es gibt Trigger in allen Feldern: Religion. Sexismus, Rassismus, Diskriminierung



»Haltungskommunikation«

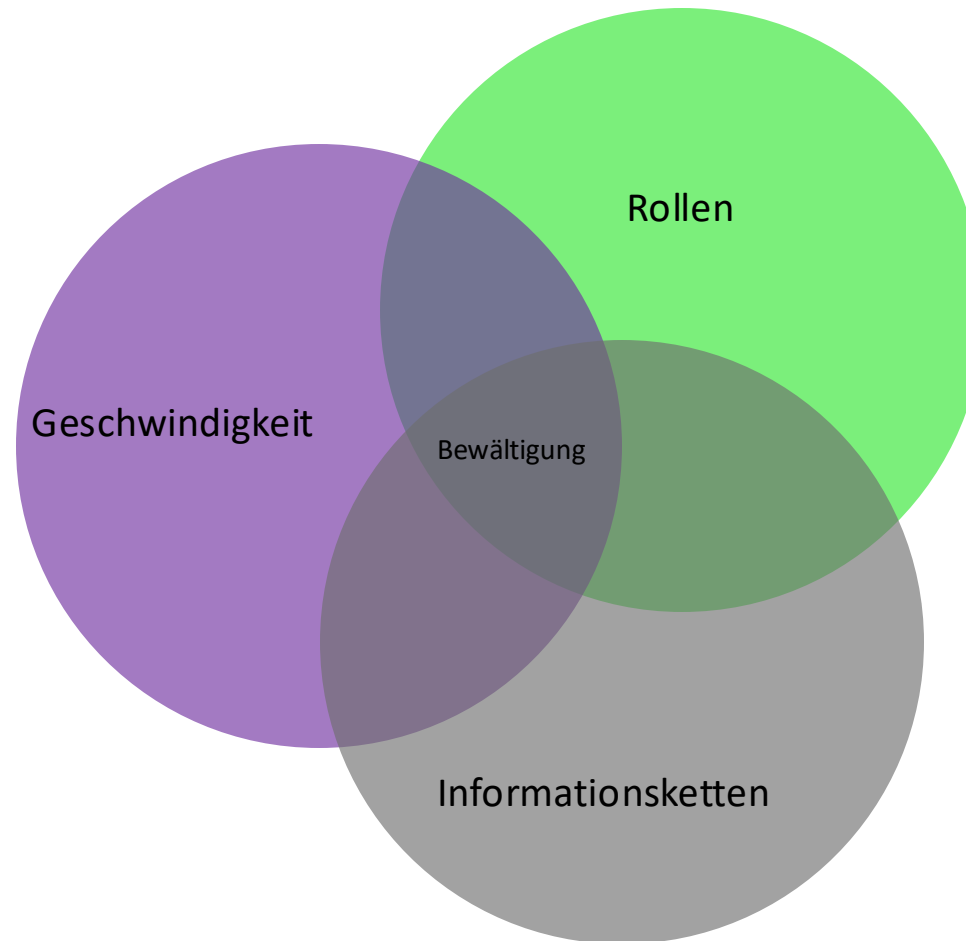


politischer Standpunkt



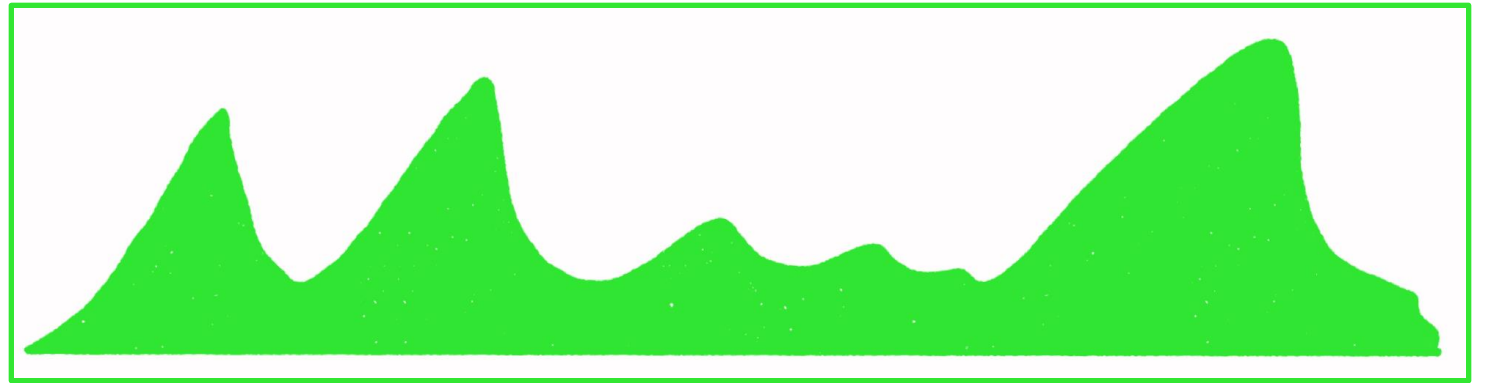
Pflege

Krisen in der digitalen Gesellschaft



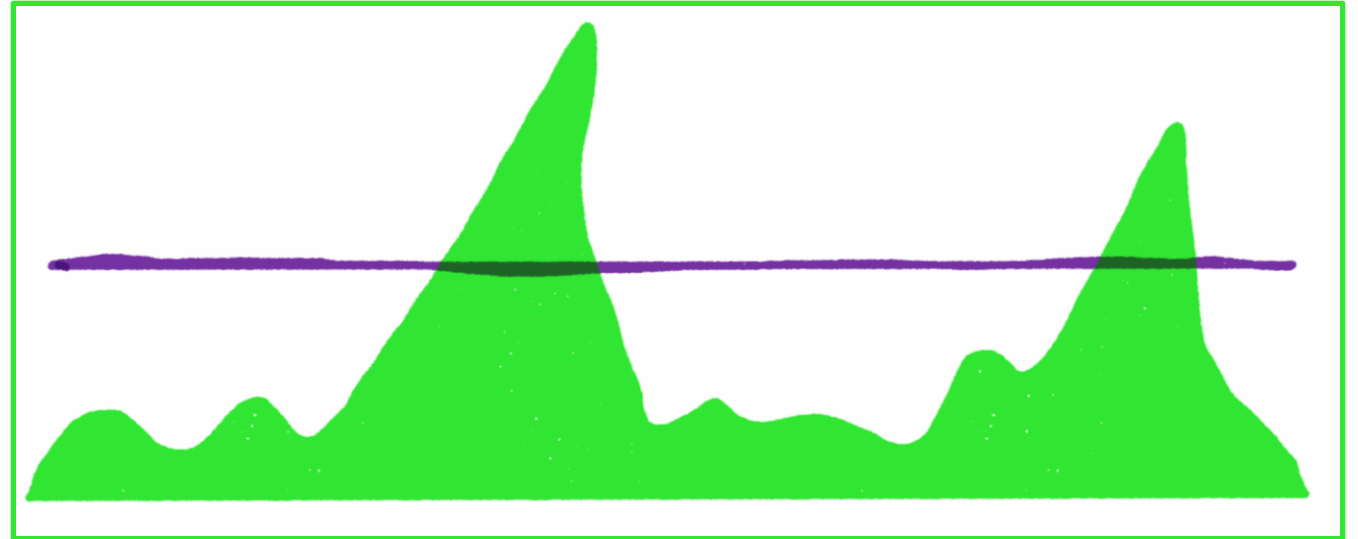
Krisenstart | Dauerkrise

Eine lang anhaltende Krise, die konstant präsent ist und immer wieder neuen Aufwind bekommt.



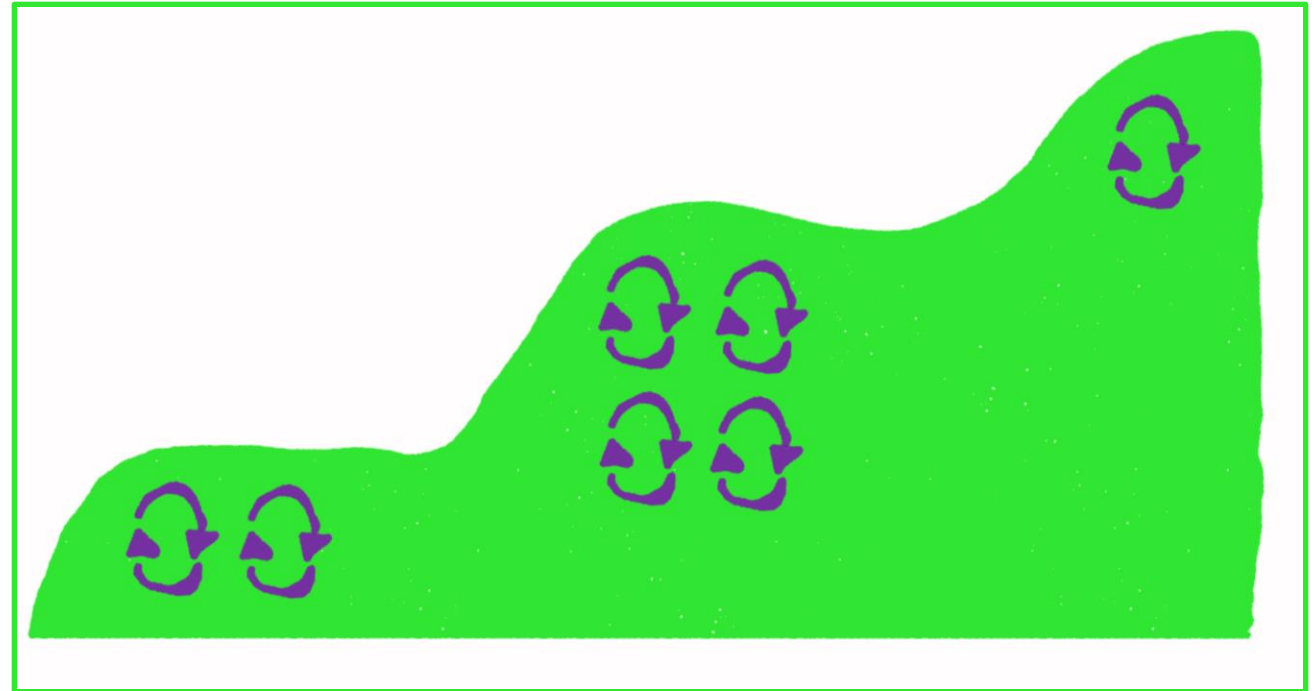
Krisenstart | Zombietyp

Umgangssprachlich für eine alte, scheinbar „begrabene“ Krise, die unerwartet wieder auftaucht, beispielsweise. durch virale Inhalte oder Influencer.



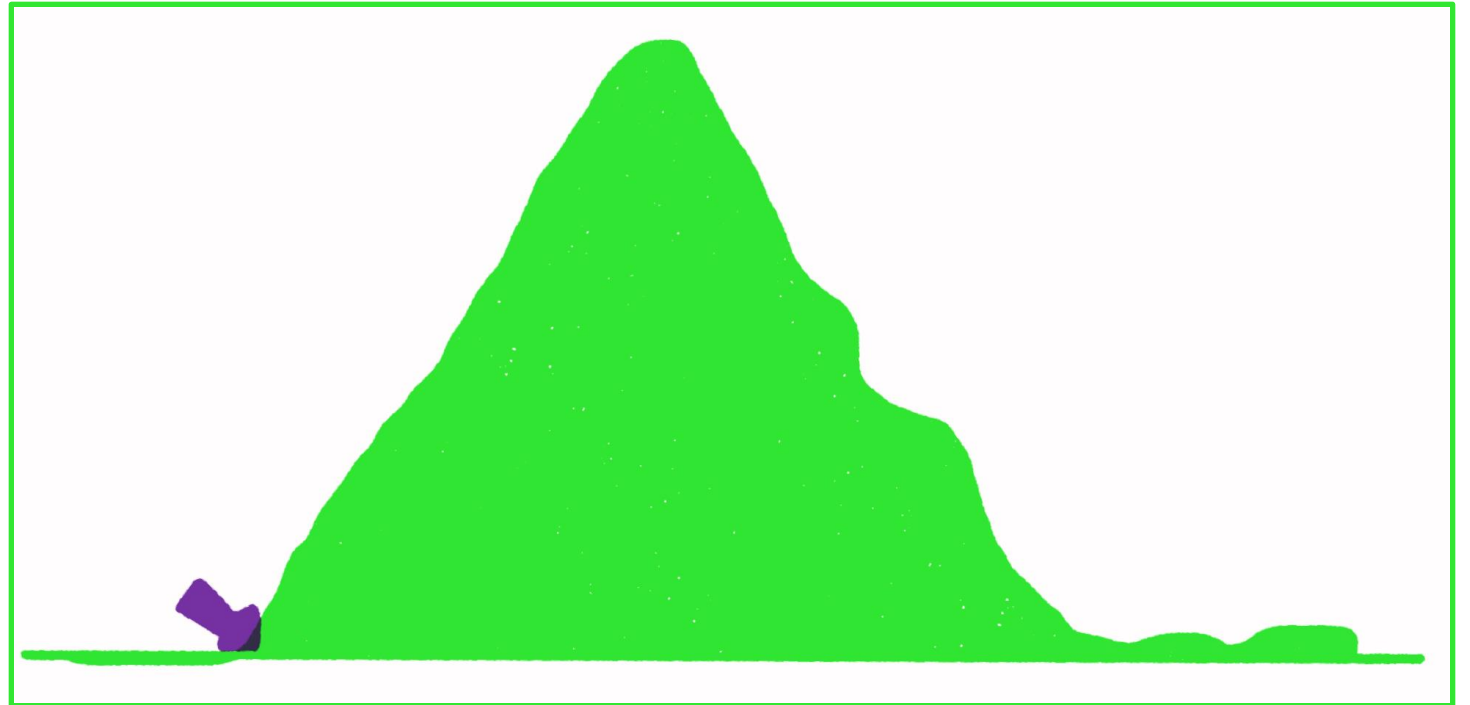
Krisenstart | Selbstverstärkende Krise

Eine Krise, die durch digitale Algorithmen, Reposts oder neue Diskussionen immer größer wird und sich von selbst intensiviert.

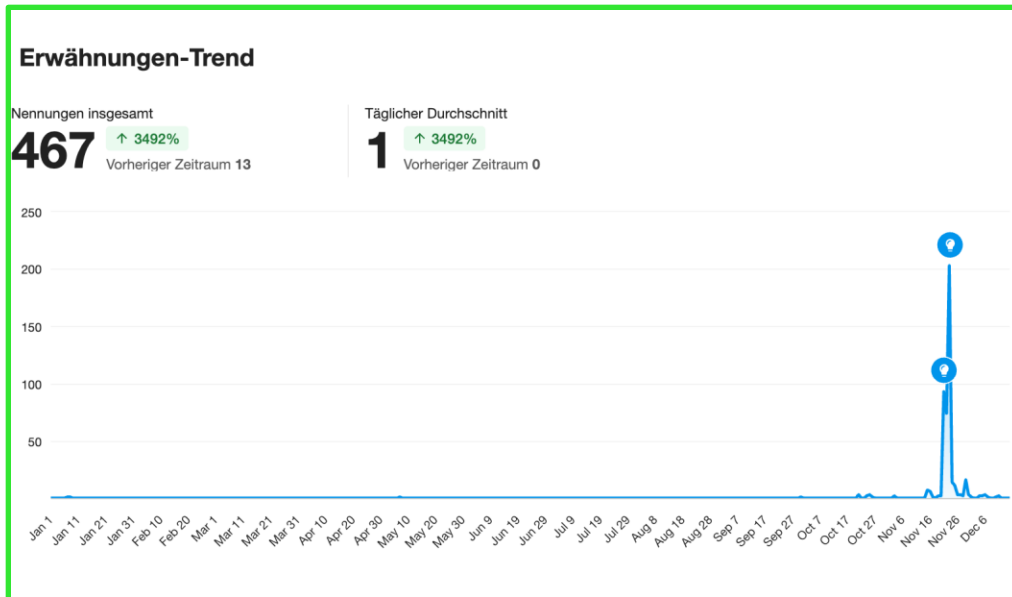


Krisenstart | Anlassbezogen

Ein Post, eine Rede, eine Veranstaltung oder ein Protest bringt Themen auf, die zu einem Skandal, Boykott oder anderen Events führen.

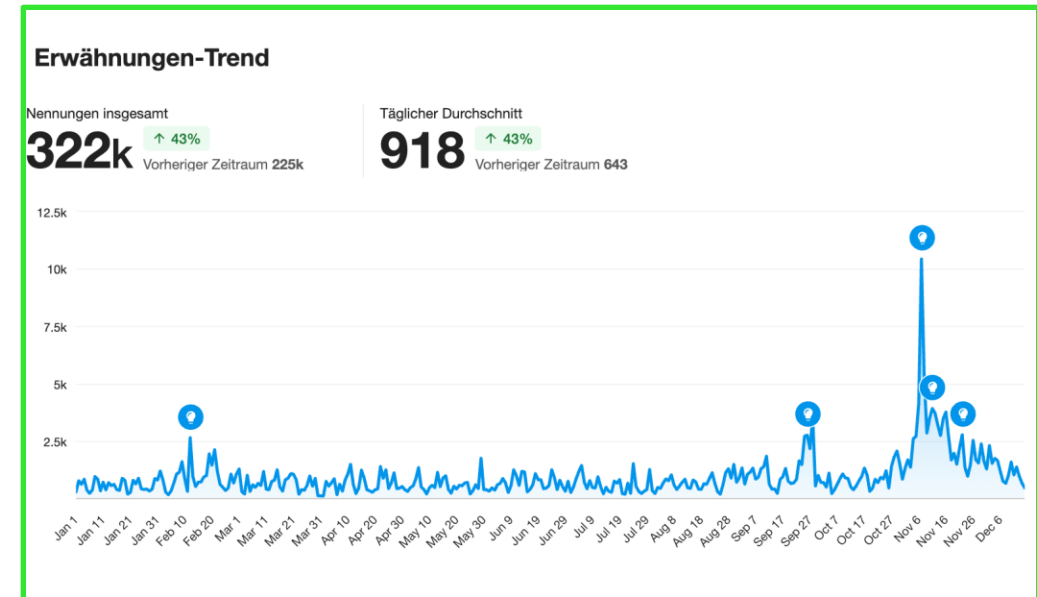


Krisenvarianten | Gipfel – und Dauermodelle



Gipfelkrise:

- Dauer 2-4 Tage
- Anlassbezogen
- Häufig gibt es einen kleinen Nachhall.



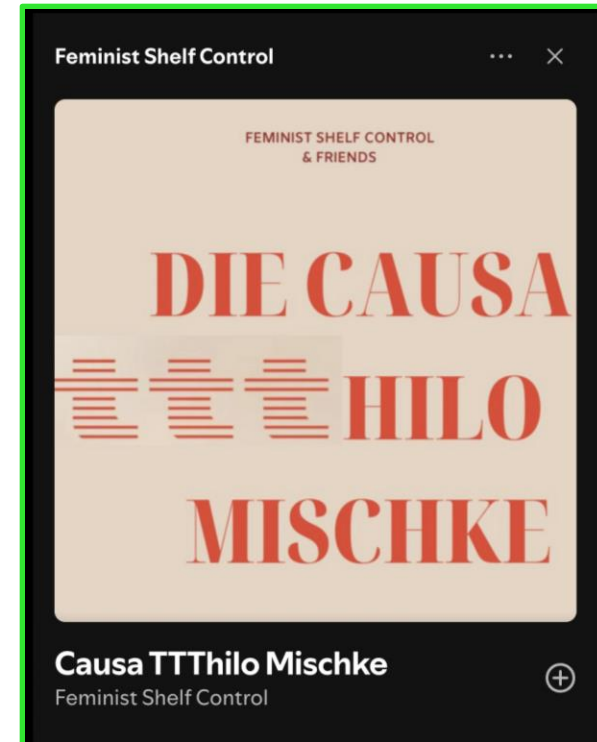
Dauerkrise:

- Dauer: Monate oder Jahre.
- Im Verlauf können Gipfelkrisen auftauchen.

Digitale Krisentreiber

Es gibt vier wichtige Krisentreiber:

- Influencer mit hohen digitalen Reichweiten. Das können Privatpersonen, Medien oder Institutionen sein.
- #hashtags mit viralem Potential.
- Die Anzahl der Postings, Meldungen und Äußerungen. Daraus entstehen Candy- und Shitstorms.
- Menschen äußern sich und diese Themen werden weitergetragen.





Krisentreiber | Influencer mit Reichweite

Ein Influencer ist eine Person, Organisation oder Medium, welche in sozialen Medien oder anderen digitalen Plattformen eine große Reichweite und Autorität in einem bestimmten Themenbereich besitzt und somit das Verhalten, die Meinungen oder Entscheidungen ihrer Follower beeinflussen kann.

Merkmale:

- Reichweite.
 - Spezialisierung.
 - Vertrauen und Authentizität.
 - Content-Erstellung.
 - Kooperation und Einfluss.
-
- Nano: Kleine Reichweite: 1.000–10.000 Follower, oft mit sehr spezifischen Zielgruppen.
 - Micro: Reichweite: 10.000–50.000 Follower, spezialisiert auf Nischenthemen.
 - Macro: Reichweite: 50.000–1.000.000 Follower, breitere Zielgruppe.
 - Mega: Reichweite: über 1.000.000 Follower, oft prominente Personen oder Stars.





Krisentreiber | Influencer ohne Reichweite

Eine Person, die in Bezug auf das Thema eine entscheidende Position einnimmt:

- Politiker*innen
- Amtsinhaber*innen
- Künstler*innen
- Moderator*innen

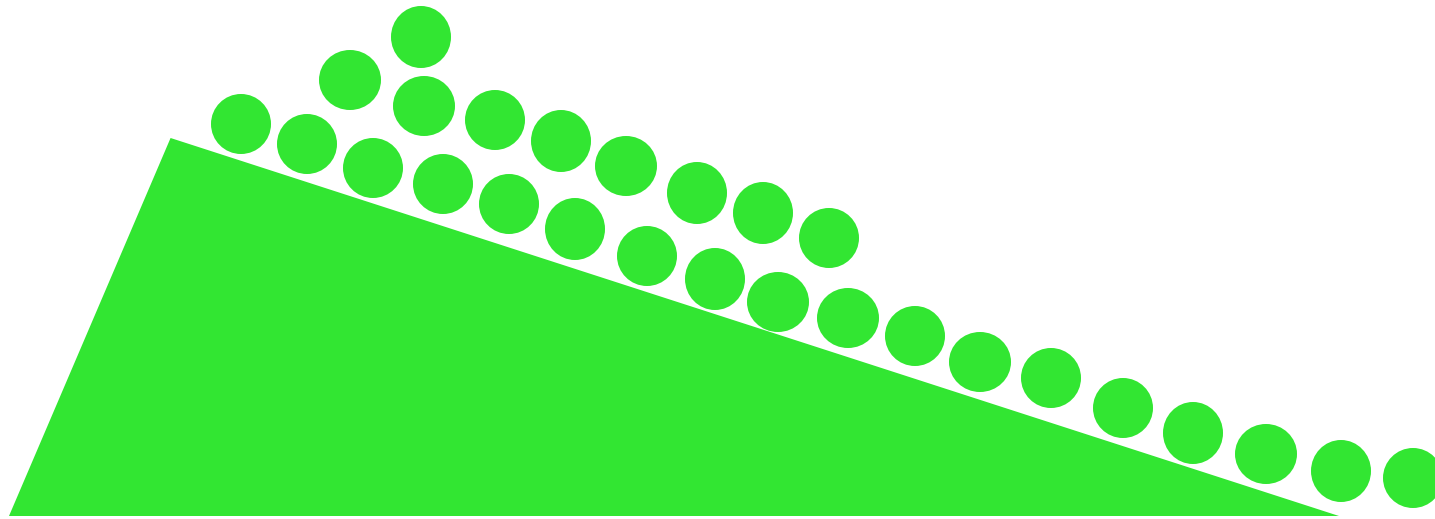
Wenn ein Zitat oder eine Handlung weitererzählt wird – insbesondere von großen Accounts –, können diese Personen zu Influencern wider Willen werden. Häufig wird das Gesagte aus dem Kontext gerissen oder in einen anderen Kontext gestellt. Dadurch passen die ursprüngliche Aussage, das Aussageziel und die Wirkung nicht mehr zusammen.





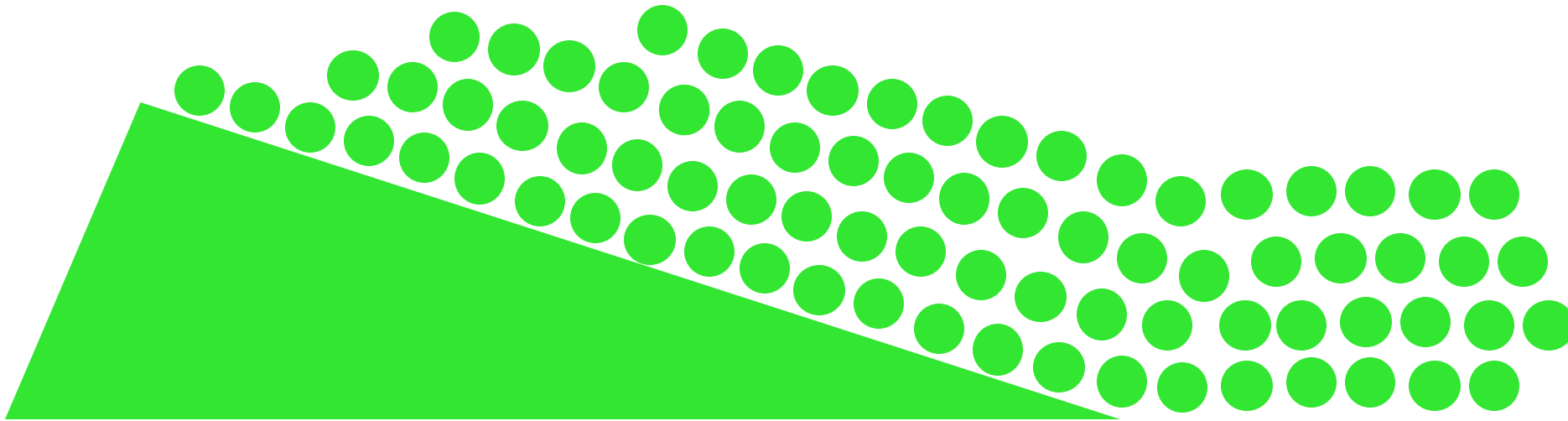
Krisendynamik

Lawinenprinzip



Krisendynamik

Je später man eingreift, umso schlimmer wird der Schaden.



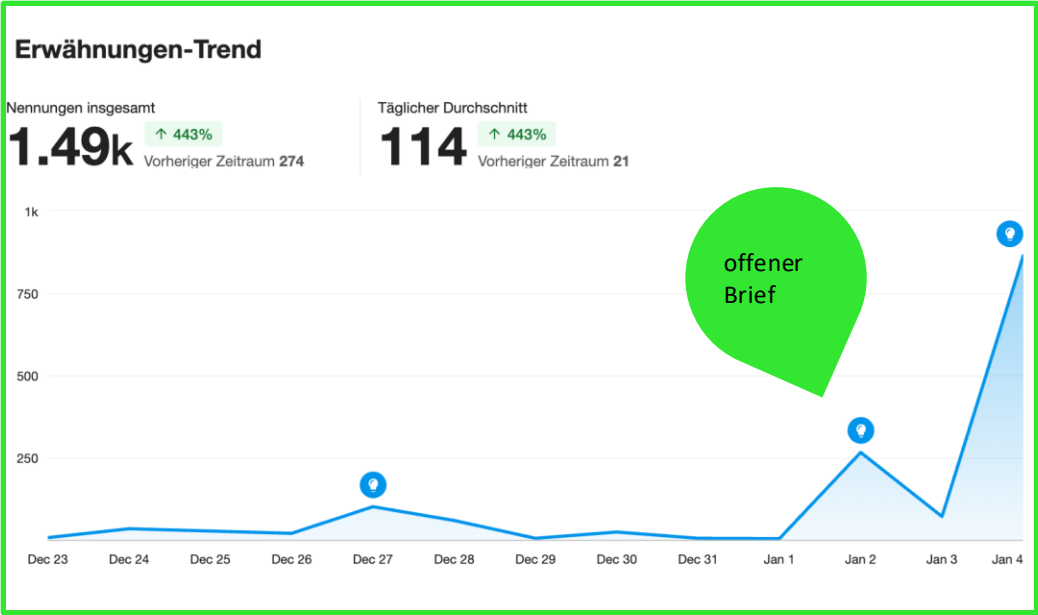
Trigger



ab 21. Dezember

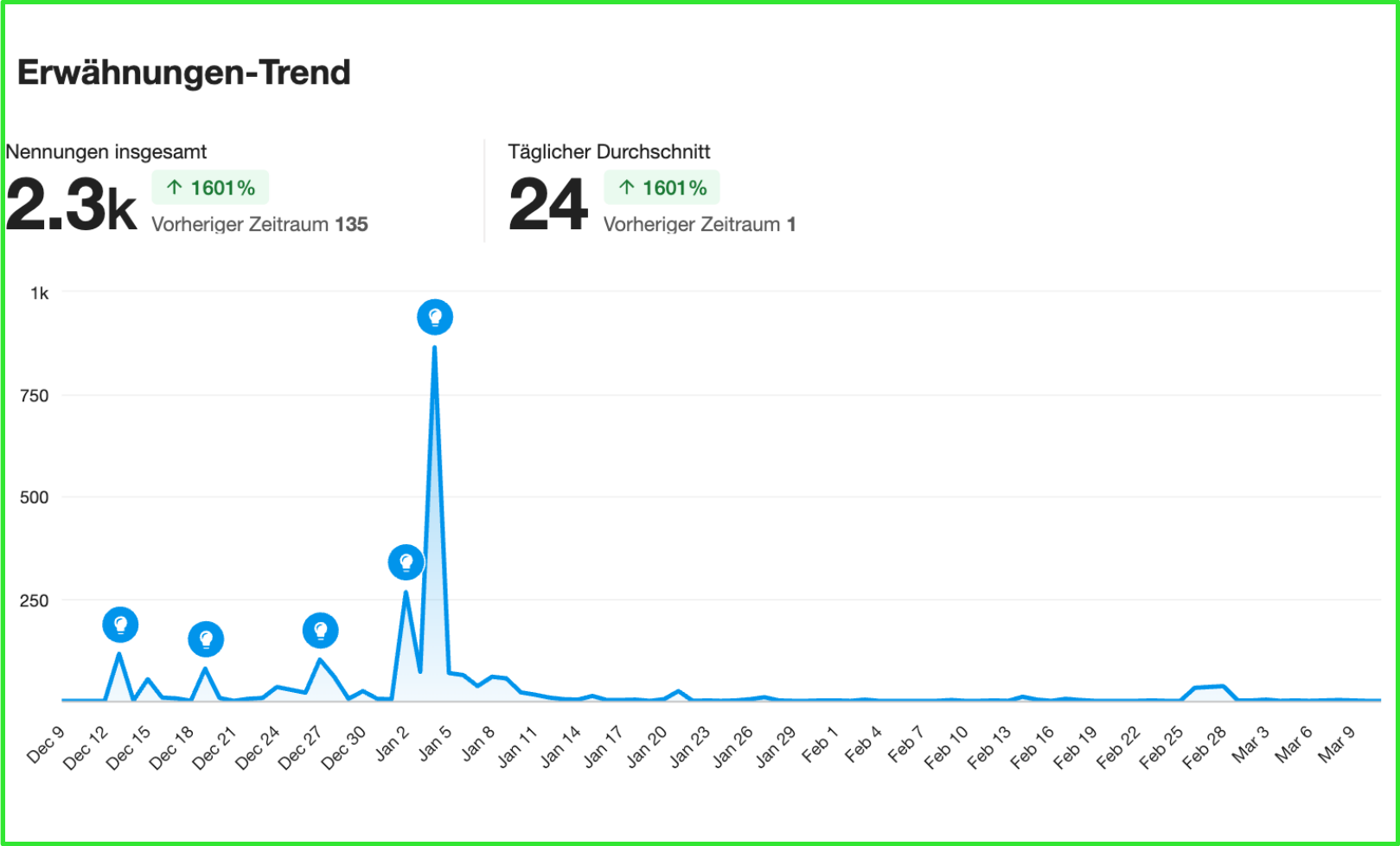


Phase 2: Nennungen 23. Dezember – 4. Januar

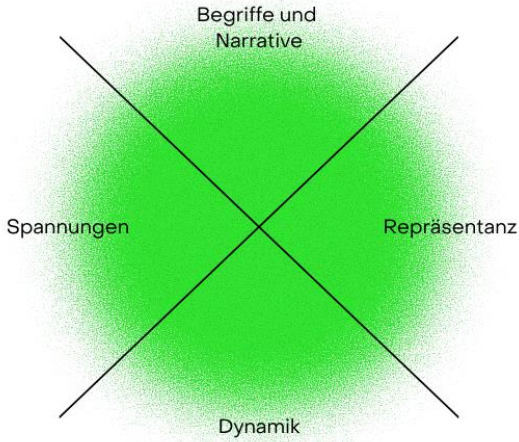




ttt-Krise



Diskurs und Thema



Horizont

Vergangenheit

Gestern

Heute

Morgen

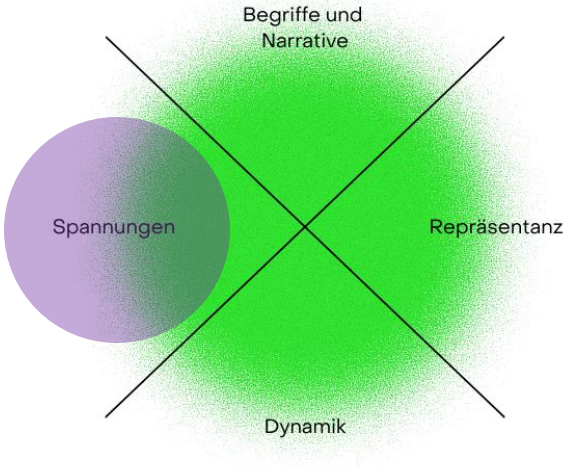
Zukunft



Diskurs und Thema

Wurzeln

Horizont



Vergangenheit

Gestern

Heute

Morgen

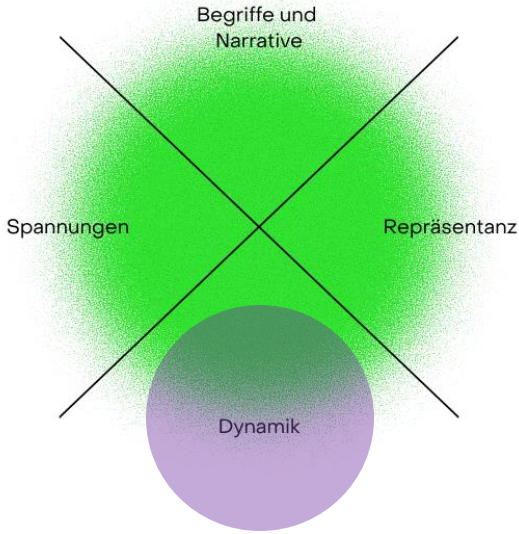
Zukunft



Diskurs und Thema

Wurzeln

Horizont



Vergangenheit

Gestern

Heute

Morgen

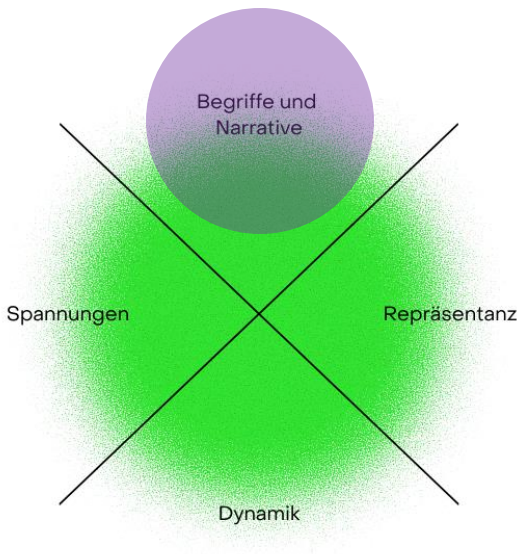
Zukunft



Diskurs und Thema

Wurzeln

Horizont



Vergangenheit

Gestern

Heute

Morgen

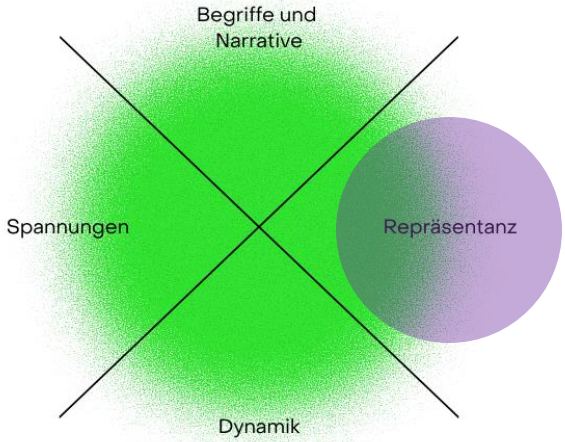
Zukunft



Diskurs und Thema

Wurzeln

Horizont



Vergangenheit

Gestern

Heute

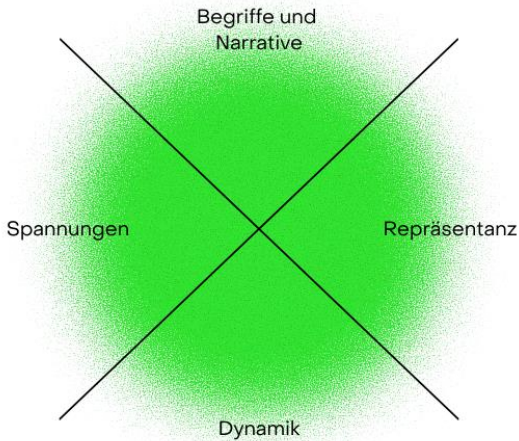
Morgen

Zukunft



Diskurs und Thema

Wurzeln



Vergangenheit

Gestern

Heute

Morgen

Zukunft

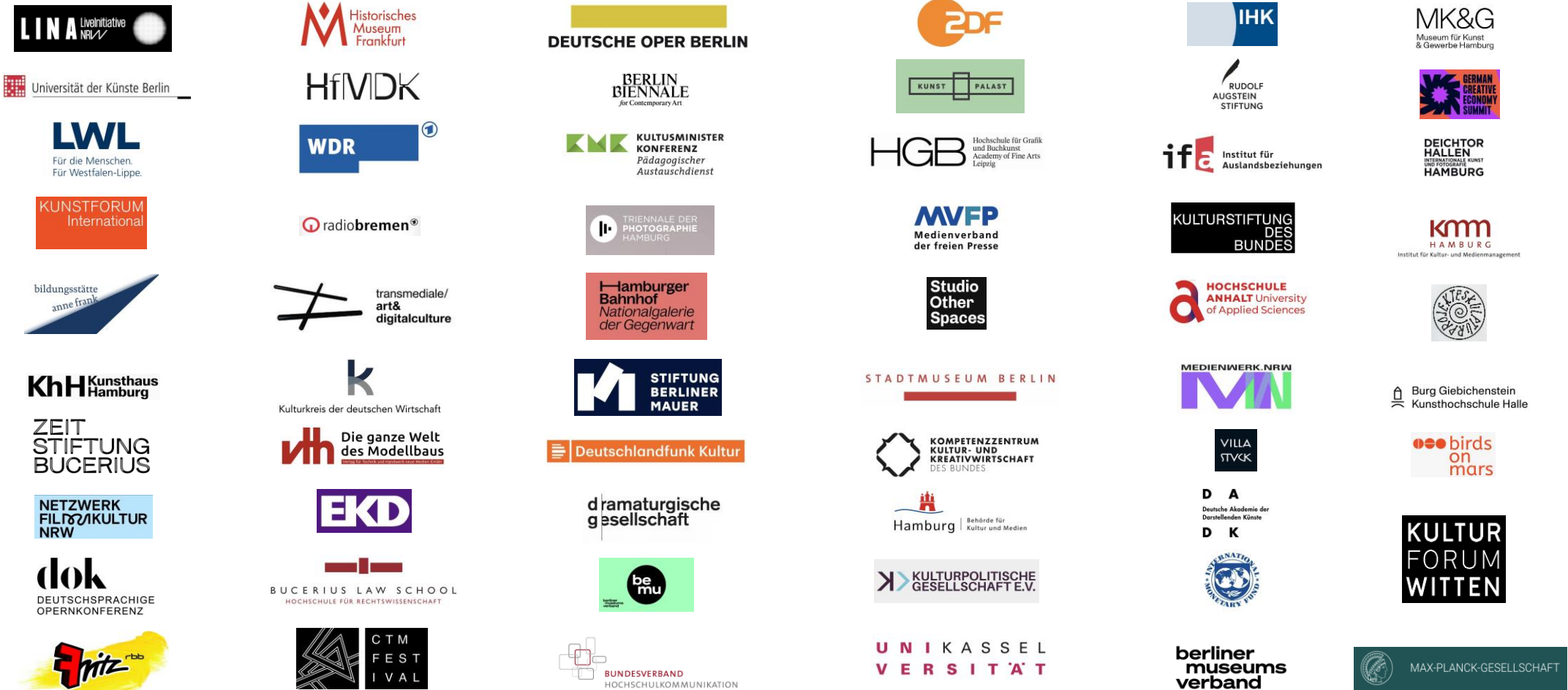




Lösungsstrategie

- Krisenhandbuch für den Event erstellen
- Themenbezogene Argumentationslinien entwickeln
- Schutzmaßnahmen vor Ort organisieren
- Stakeholder-Kommunikation sicherstellen
- Haltungstexte und Grundlagen digital verfügbar machen.
- Gute interne und externe Kommunikation während der drei bis fünf Krisentage gewährleisten
- Einrichtung eines Hotrooms
- Analyse Influencer und Knotenpunkte
- Krisenpotential einschätzen
- Ehrlich kommunizieren







Über den QR-Code gelangen Sie zum
Download der Workshop-Unterlagen
und zur Anmeldung für unseren
Newsletter.

Karin Bjerregaard Schlüter
Grolmanstr. 15
10623 Berlin

‹karin.schlueter@kulturbotschaft.berlin›

<https://kulturbotschaft.berlin/newsletter/>

