

# ERSTE HILFE FÜR DAS IMAGE?

UNTERNEHMEN FÜRCHTEN BERECHTIGTERWEISE UM IHR IMAGE BEI SHITSTORMS. SO RUINIEREN SIE NICHT ZUSÄTZLICH IHREN RUF.

## KRITIK ZULASSEN

Die Wahrnehmung der negativen Kritik ist der erste Schritt zur Besserung. Denn wenn man nicht realisiert, dass ein Problem besteht, wie soll man damit richtig umgehen und dieses aus der Welt schaffen? Es gilt: Lassen Sie Kritik zu, auch wenn sie noch so emotionsgeladen ist.

## AUFMERKSAM SEIN

Informieren Sie sich als Gastronomiebetrieb genau, auf welchen Online-Portalen über Ihr Unternehmen berichtet oder kommentiert wird. Viele Fehler im Umgang mit Shitstorms passieren aus Unwissenheit und dummen Missverständnissen. Das schützt vor den Konsequenzen nicht! Also, Augen und Ohren auf.

## ALLES OFFENLEGEN

Bieten Sie Transparenz: Je mehr die Community über Ihr Unternehmen und Ihre Serviceleistungen weiß, desto weniger entstehen Spekulationen und Mutmaßungen, die Ihnen langfristig schaden können. Ob in Form einer Website oder eines Blogs, sei Ihnen überlassen. Sie haben es in der Hand!

## KEINE EMOTION

Wenn einmal Kritik im Internet fallen sollte, gilt festzustellen, ob diese relevant und gerechtfertigt ist. Das sollte man mit einem objektiven Zugang machen. Schließlich können Fehler auch als Chance für innovative Lösungsansätze gelten. Lassen Sie Ihre Emotionen außen vor! Und: Kommunizieren Sie in dem Stil, der zu Ihrem Betrieb passt.

## ERNST NEHMEN

Bei offensichtlichen Fehlern oder Fehlleistungen gilt es, diese zuerst einzugestehen. Fehler sind keine Schande. Man sollte nur klären, wie es dazu kommen konnte. Fehleranalyse ist wichtig und gibt auch dem Gast, der sich vielleicht negativ geäußert hat, das Gefühl, ernst genommen zu werden. Das Beste: Es nimmt der Kritik den Wind aus den Segeln!

## WIEDERGUT-MACHUNG

Es kommt natürlich darauf an, wie schwerwiegend der Fehler ist, aber es kann auch helfen, als kundenorientierter Betrieb eine Wiedergutmachung oder eine Entschädigung anzubieten. Das beschwichtigt die Gäste sicher und sie kommen gerne wieder.

## RUHIG BLEIBEN

Ganz wichtig: Lassen Sie die Emotionen fest in Ihrem Innersten verschlossen. Fakten wiegen hier mehr als irgendwelche Gefühlsausbrüche. Beschimpfungen und Vorhaltungen von Ihrer Seite vor allem über öffentliche Pressekanäle verschlimmern die Situation nur noch und führen nicht nur zu Imageverlust, sondern zum teuren Gang zum Anwalt. Also: Keep calm!

## FAZIT

Immer aktiv auf die Community zugehen und vor allem im Zeitalter der Social Media schnell auf die Kritik reagieren. Dazu braucht es ein gutes Reklamationsmanagement. Investieren Sie in diesen Bereich. Es lohnt sich und verhindert langfristige rufschädigende Konsequenzen.

# RECHT SO

WO FÄNGT RUFSCHÄDIGUNG AN UND WO HÖRT MEINUNGSFREIHEIT AUF? MEDIENANWALT STEFAN SCHÖLLER HAT DIE TIPPS, WIE SIE SICH BEI ATTACKEN ZUR WEHR SETZEN KÖNNEN.

## SCHWER NACHVOLLZIEHBAR

Wenn gutes Zureden und Problemlösungsvorschläge nicht helfen und es auch nicht reicht, mit dem Shitstorm-Verursacher in direkten Kontakt zu treten, muss der Anwalt ran. Grundsätzlich kann der betroffene Gastronom mit einer Kreditschädigungsklage oder Privatklage wegen übler Nachrede reagieren. Problem: Die Äußerungen erfolgen anonym und können so schwer nachverfolgt werden.

## DATENSCHUTZ

Des Weiteren besteht die Frage nach den Daten des Shitstorm-Verursachers. Das ist keinesfalls leicht, aber teilweise durch die IP-Adresse des Users eruierbar. Aber Achtung: Nach der derzeitigen Judikatur ist der Betreiber einer Homepage nicht verpflichtet, die Daten der User freizugeben.

## SORGFALTS- PFLICHT

Wichtig beim Thema Meinungsfreiheit ist, dass die journalistische Sorgfaltspflicht nicht verletzt wurde. Dies beinhaltet, Check und Re-Check und vor allem das Befragen aller involvierten Parteien. Die Gegendarstellung wurde beispielsweise im Fall Didi Dörner gegen Falstaff vernachlässigt.

## KEINE REAKTION? KLAGE

Wenn man nun beleidigt wird, kann man auch den Medieninhaber, besser gesagt, den Betreiber der Plattform anschreiben und darüber informieren, dass eine Persönlichkeitsverletzung stattfindet. Wenn hier nicht reagiert wird, kann Klage wegen übler Nachrede eingereicht werden.

## BEWEISE SAMMELN

Wenn Verleumdungen oder sonstige Unwahrheiten in Druckwerken, Rundfunk oder sonst einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, muss mit einer Freiheitsstrafe von bis zu einem Jahr oder einer Geldstrafe gerechnet werden. Aber auch hier gilt: nachweisen!

## POSTING LÖSCHEN

Reagiert der Medieninhaber, der eine Überwachungspflicht innehat, auf den Hinweis, dass eine Persönlichkeitsverletzung stattfindet, ist er nicht rechtlich belangbar. Dazu sollte aber auch das Posting gelöscht werden, um eben eine weitere Shitstorm-Welle zu verhindern.

## MEINUNG ÄUSSERN

Freie Meinungsäußerung ist ein Recht, das jedermann in Anspruch nehmen kann, solange dieses Recht im Interesse der nationalen Sicherheit, der territorialen Unversehrtheit und der öffentlichen Sicherheit, zum Schutz der Gesundheit und Moral angewendet wird. Öffentlich über jemanden schimpfen wird keineswegs von der Meinungsäußerungsfreiheit geschützt.

## EINBUSSEN NACHWEISEN

In der Praxis kommen auch Unterlassungsklagen vor. Diese werden beantragt, wenn jemandem durch Ehrenbeleidigung ein wirklicher Schaden oder Entgang des Gewinnes verursacht worden ist. So ist der Geschädigte berechtigt, Schadenersatz zu fordern. Auch hier gilt: unbedingt nachweisen!