

Im Social Media Krisenlabor

Eine Praxeologie des spielförmigen Erwerbs von System Literacy
Claudius Clüver / Max Kanderske

Von der erfolgreichen Bewältigung von Social-Media-Krisen hängt für die von ihnen unmittelbar betroffenen Akteure einiges ab: der Ruf bei Freunden, Kollegen oder Fans, der wirtschaftliche Erfolg von Unternehmen, die Popularität von Politikern und Produkten. Dass die Optimierung der Außenwirkung auf Social Media für lohnenswert erachtet wird, zeigt sich etwa im mittlerweile fest etablierten Berufsbild der Social Media Manager*in, die im Ernstfall auch in vorderster Front als Krisenmanager*in agieren muss.

Erfolgreiches Krisenmanagement wird dabei häufig als das Ergebnis von guter Vorbereitung gerahmt - Vorbereitung, die als Service etwa von Unternehmen wie der Wuppertaler Firma *Preveny* angeboten wird. Bei *Preveny* soll unter Laborbedingungen der Umgang mit "Cyber-Angriffen, viraler Empörung und Shitstorms" eingeübt werden. Die angebotenen Trainingskurse finden allerdings nicht in der 'Wildnis' des World Wide Web statt, sondern in der Abgeschlossenheit einer durch die Firma simulierten Social Media Umgebung, in der sich verschiedenste Krisenszenarien designen und *durchspielen* lassen.

Auf Basis von teilnehmenden Beobachtungen bei *Preveny* soll der Beitrag zwei Dinge leisten: Zum einen soll gezeigt werden, wie Social Media Krisen und ihre erfolgreiche Bewältigung durch Firmen wie *Preveny* konzeptualisiert und in manageriale Praxis übersetzt werden. In Anlehnung an Ian Bogost's Konzept des Simulationsfiebers ist dabei unsere Arbeitshypothese, dass nicht nur die realistische Nachbildung 'echter' Social Media Krisen, sondern auch und gerade die Differenz zwischen Simulation und Realität ein epistemisches Surplus im Sinne einer System Literacy generieren kann. Gleichzeitig wollen wir das Angebot von Firmen wie *Preveny* innerhalb der reichhaltigen Geschichte des Einsatzes spielförmiger Simulationen zur Krisenprävention und -bewältigung verorten.