
Vorwort

Keine Frage: Schon der Name klingt unschön – der Shitstorm, übersetzt „Scheißesturm“, ist ein äußerst unangenehmes Phänomen aus dem Internet, das niemand als Betroffener erleben möchte. Doch Unternehmen und Organisationen müssen sich zunehmend mit diesem Thema befassen. Das Risiko, Opfer eines solchen Empörungsturms zu werden, ist größer, als es viele wahrhaben wollen. Dieser Ratgeber liefert Ihnen eine Typologie des Shitstorms und handfeste Instrumente, mit denen Sie gegen die wütende Schlechtwetterfront auf allen Kanälen erfolgreich antreten. Einige Ratschläge gehen bewusst über die reine Intervention im Krisenfall hinaus. So liefert dieses Buch auch Tipps, wie Sie Ihr eigenes Shitstorm-Risiko minimieren und aus überstandenen Stürmen Erfahrungen und im besten Fall sogar neue Ideen und kreative Anstöße für Ihr Geschäft gewinnen. Das letzte Kapitel verrät Ihnen, wie der Shitstorm zunehmend als Marketinginstrument eingesetzt wird, wann dieses ebenso vielversprechende wie riskante Instrument funktionieren kann und wer es besser im Giftschrank belassen sollte. Das vorliegende Essential übernimmt zum Teil Inhalte aus dem Kapitel „Online ist alles anders – oder doch nicht?“ des 2014 ebenfalls bei Springer Gabler erschienenen Ratgebers „Kommunizieren in der Krise – Nachhaltige PR-Werkzeuge für schwierige Zeiten“. Die einzelnen Abschnitte wurden hierfür aktualisiert und um aktuelle Beispiele erweitert.

Bedienungsanleitung für den Shitstorm

Wie gute Kommunikation die Wut der Masse bricht

Steinke, L.

2014, IX, 37 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05587-5