

---

## Vorwort des Autors

Das Unternehmen jpl3, das in der Textilindustrie tätig ist, findet sich mitten in einem Shitstorm wieder. Nach einem Fernsehbericht über die Produktionsbedingungen hagelt es Kritik in den sozialen Netzwerken. Die Case Study beschäftigt sich mit den Strategien, wie das Unternehmen darauf reagieren kann und sollte. Außerdem werden Konzepte erarbeiten, mit denen das Unternehmen in Zukunft Shitstorms vorbeugen kann oder diese bereits in einem frühen Stadium beruhigen kann. Dabei wird zu Beginn das neue Kommunikationsmedium soziale Netzwerke vorgestellt. Darauf aufbauend wird eine Gefahrenanalyse durchgeführt und eine Strategie für die Krisenkommunikation erstellt. Abschließend werden Themen wie Corporate Social Responsibility behandelt.

Dr. Jörg Sikkenga

Shitstorm-Prävention

Sikkenga, J.

2017, XIII, 43 S. 16 Abb., 2 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-662-54015-2