

## SHITSTORM – BEISPIEL



### Auslöser (2010)

Aufgrund einer Werbeaktion „Chef-Ticket für 25 Euro durch ganz Europa“ erstellte der Konzern eine Facebookseite, um ein neues Ticket zu promoten.



### Vorwürfe bzw. Auslöser, u.a.

- Diese Marketingaktion löste jedoch ein falsche Reaktion aus.
- Viele Kunden nutzten diese Plattform, um ihren Ärger über Zugverspätungen, defekte Technik oder Stuttgart 21 Luft zu machen.

### Wirkung

Katastrophale Feedbacks seitens der Kunden, nachdem es auch an einer professionellen Moderation der Deutschen Bahn fehlte.

### Reaktion von DB

Das Kommunikationsverhalten endete in einem PR-Debakel.

## SHITSTORM – BEISPIEL



### Auslöser (2013)

Ein Interview von Guido Barilla, Chef des gleichnamigen italienischen Nudelkonzerns, mit dem italienischen Sender Radio24.



### Vorwürfe, u.a.

- Barilla erklärte, dass sein Unternehmen keinen Wert auf homosexuelle Kunden lege und niemals Werbung mit einer homosexuellen Familie machen werde.

### Wirkung

Im Netz wie Twitter und Facebook schlägt Barilla eine Welle der Wut entgegen; Barilla-Produkte wurden boykottiert. Derweil nutzte die Barilla-Konkurrenz die Angelegenheit zu ihren Gunsten aus und zeigte auch Werbung mit schwulen Paaren.

### Reaktion von Barilla

Mit Verspätung hat sich Guido Barilla für seine Äußerungen entschuldigt.

## SHITSTORM – BEISPIEL



### Auslöser (2012)

Ein Werbespot der ING-DiBa.

### Vorwürfe bzw. Auslöser, u.a.

- Basketballstar Dirk Nowitzki verspeist in einer Metzgerei eine Scheibe Wurst.
- Unfassbar sei es auch, dass die Werbung Nowitzkis Körpergröße mit dem Verzehr von Fleischwaren in Verbindung bringe.

### Wirkung

Eine „Shitstorm-Schlacht“ zwischen Vegetariern, Veganern und Fleischessern wurde ausgelöst mit mehr als 1.400 Postings mit rund 15.000 Kommentaren.

### Reaktion von ING-DiBa

„Wir laden Sie herzlich dazu ein, weiterhin Ihre Meinungen frei zu äußern und Ihren Standpunkt zu vertreten“. Nach 2 Wochen wurde der Beitrag entfernt.

---

## SHITSTORM – BEISPIEL



### Auslöser (2014)

Aufgrund einer RTL-Dokumentation in der Sendung „Extra“ über die Arbeitsbedingungen im Logistik-Zentrum am Standort Erfurt, brach auf Facebook ein Shitstorm los.

### Vorwürfe bzw. Auslöser, u.a.

- Lückenlose Leistungsüberwachung,
- Die Arbeitspausen seien zu pauschalen Diebstahlkontrollen genutzt worden.

### Wirkung

Die User überschlugen sich mit negativen Kommentaren.

### Reaktion von Zalando

Der Online-Versandhändler reagiert schnell und kündigte positive Veränderungen an.