

Inhalt

Abbildungen	11
Abkürzungen und Glossar	15
1 Einleitung.....	17
2 Organisationskrisen und Kommunikation	25
2.1 Definition, Phasen und Auswirkungen einer Krise	26
2.2 Ziele und Zielgruppen von Krisenkommunikation	30
2.3 Typen von Organisationskrisen.....	39
2.4 Zusammenfassung.....	47
3 Theoretische Grundlagen I: Public Relations und Krisenkommunikation	49
3.1 Organisationsbezogene PR-Forschung.....	51
3.2 Verhältnis von PR und Journalismus	54
3.2.1 Normalzeiten.....	55
3.2.2 Krisenzeiten	60
3.3 Krisenkommunikation.....	64
3.3.1 Formal-prozessuale Elemente	67
3.3.1.1 Ratschläge von Praktikern	67
3.3.1.2 Forschungsstand	73

3.3.2	Kommunikationsstrategien und weitere Einflussfaktoren	76
3.3.2.1	Theoretisches Grundgerüst der SCCT	77
3.3.2.2	Weitere Einflussfaktoren aus der SCCT	83
3.3.2.3	Weitere Einflussfaktoren aus angrenzender Forschung	89
3.3.2.4	Kritik und Forschungslücken	92
3.4	Zusammenfassung	101
4	Theoretische Grundlagen II: Koorientierung	103
4.1	Definition und Dimensionen	104
4.2	Mediennutzung von Journalisten	106
4.3	Ursachen für Koorientierung	108
4.3.1	Psychologische Motive	109
4.3.2	Professionelle und ökonomische Motive	112
4.4	Wirkungen von Koorientierung	116
4.4.1	Akteursebene	117
4.4.2	Medienebene	119
4.5	Zusammenfassung	126
5	Modell und Hypothesen	127
5.1	Modellentwicklung	127
5.2	Hypothesen und Forschungsfragen	134
5.2.1	Krisenkommunikation	135
5.2.1.1	Formal-prozessuale Elemente	136
5.2.1.2	Kommunikationsstrategien	138

5.2.2	Koorientierung	143
5.2.3	Interaktionseffekte	144
6	Methodisches Vorgehen.....	147
6.1	Methodenwahl.....	147
6.2	Material und Versuchsaufbau.....	150
6.2.1	Stimulusmaterial	151
6.2.2	Fragebogen.....	156
6.3	Durchführung	159
7	Ergebnisse.....	163
7.1	Allgemeine Angaben zur Versuchsgruppe.....	163
7.1.1	Soziodemografische Merkmale.....	164
7.1.2	Planung der weiteren Recherche.....	166
7.1.3	Bewertung von PR	172
7.1.4	Bewertung des Stimulusmaterials	175
7.2	Wirkung der Stimuli.....	180
7.2.1	Aktive Kommunikation	181
7.2.2	Kommunikationsstrategien	187
7.2.2.1	Kontrollierbarkeit der Krisenursache	187
7.2.2.2	Relativierung	194
7.2.3	Koorientierung	200
7.2.4	Interaktionseffekte	206

8	Diskussion und Ausblick	211
8.1	Einordnung der Erkenntnisse in den Forschungsstand	214
8.2	Praxisrelevanz	219
8.3	Grenzen der Arbeit und Ansatzpunkte für die Zukunft	223
	Quellen	229
	Anhang	247

Kommunikation bei Krisenausbruch
Wirkung von Krisen-PR und Koorientierung auf die
journalistische Wahrnehmung
Herrmann, S.
2012, I, 263 S. 59 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-00308-1