

Geleitwort

Christina Vetsch greift mit ihrer Arbeit eine aktuelle Fragestellung der Public Relations-Forschung und -Unternehmenspraxis auf. Im Mittelpunkt der wissenschaftlichen Auseinandersetzung steht die Hauptforschungsfrage: Was ist internationale Krisen-Public Relations? Dieser bewusst sehr breit formulierten Hauptforschungsfrage nähert sich die Verfasserin mit einer in der Public Relations-Forschung vorbildhaft angelegten Systematik, indem sie zuerst die theoretischen Grundlagen der zentralen Rahmenkonzepte Kultur und Globalisierung, der Public Relations, der internationalen Public Relations und der Krisen-Public Relations analysiert und darauf aufbauend theoretische Grundlagen zu internationaler Krisen-Public Relations ableitet, weiterentwickelt und konzeptionell erschließt. Den beiden Forschungsfeldern der internationalen Public Relations und der Krisen-Public Relations kommt dabei eine besondere Gewichtung zu – denn diese führt sie sowohl theoretisch als auch im Rahmen einer empirischen Untersuchung zusammen. Diese systematische Zusammenführung stellte in der Public Relations-Forschung bis dato noch weitgehend ein Desideratum dar. Frau Vetsch leistet somit einen wertvollen Beitrag zur Schließung dieser Forschungslücke.

Das erfolgreiche Vorgehen der Verfasserin fußt des Weiteren auf sorgfältigen Abgrenzungen und Differenzierungen des Untersuchungsgegenstandes – welche insbesondere durch die Eigenständigkeit der Argumentation, der Ableitung von Definitionen und der Systematisierung der Ansätze zu erkennen sind – und auch auf der von der Verfasserin gewählten transkulturellen Perspektive, die sich wie ein roter Faden durch die gesamte Arbeit zieht.

Im theoretischen Teil handelt es sich – zusammenfassend formuliert – um eine umfassende, kritische Literaturanalyse zu internationaler Krisen-PR und ihren aktuellen Ausdifferenzierungen sowie interdisziplinären Anschlusspunkten. Als besonders gehaltvoll in dieser Arbeit erscheinen im Besonderen die von der Verfasserin hergestellten Zusammenhänge zwischen Theorien und Ansätzen der Public Relations (Situational Theory, International Public Relations Theory, Global Public Relations Theory, Excellence Theory und Global Excellence Theory sowie dem Konzept des Cross-National Conflict Shifting und dem Spannungsfeld der globalen Standardisierung versus der lokalen Differenzierung von internationalen Public Relations-Programmen) und dem Konzept der internationalen Krisen-Public Relations. Im empirischen Teil wird von der Verfasserin eine Triangulation von qualitativen Methoden (Fallstudien/Case Studies, episodische Interviews, Gruppendiskussionen, Expert[inn]eninterviews und problemzentrierte Interviews) vorgenommen, bei der multinationale Unternehmen der zehn weltweit krisengefährdetsten Branchen und ihre internationalen Krisen-Public Relations ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt werden.

Als besonders positiv fällt an dieser Arbeit auf,

- dass die Verfasserin in der Einleitung die Themenbegründung differenziert vornimmt und zwischen gesellschaftlicher, wissenschaftlicher, sachlicher und persönlicher Relevanz der Arbeit unterscheidet und auch ihre Zielsetzungen nachvollziehbar systematisiert;
- dass die Verfasserin im theoretischen Teil große Literaturmengen gut bewältigt und in allen von ihr hier bearbeiteten Themenfeldern (Public Relations, internationale Public Relations, Krisen-Public Relations und internationale Krisen-Public Relations) den Leser(inne)n einen guten, übersichtlichen und aktuellen Überblick bietet und ihnen somit viele Um- und Seitenwege erspart (hier kommt eine – offene oder versteckte – pädagogisch-didaktische Ader der Verfasserin zum Vorschein, die man sich bei Autor[inn]en von Lehrbüchern oft wünschen würde);
- dass die Verfasserin bereits im theoretischen Teil die Entwicklung zahlreicher eigenständiger (stipulativer) Definitionen und modellartiger Übersichten vornimmt, wie beispielsweise in Teilkapitel 6. 2 (Verortung internationaler Krisen-Public Relations) und dass das jeweilige Maß an Eigenleistung transparent gemacht wird;
- dass im empirischen Teil die Forschungsfragen und Arbeitsannahmen klar formuliert, die Methoden und Arbeitsschritte in ausreichender Tiefe und methodologisch reflektiert und die Erhebungen selbst mit guter Nachvollziehbarkeit beschrieben werden; besonders verdienstvoll ist hier die konsequente Unterscheidung zwischen Innen- und Außenperspektive, die gerade beim Einsatz der Case-Study-Methode geboten erscheint;
- dass die im Rahmen der dokumentarischen Methode vorgenommene und empirisch begründete Typenbildung mit großer Transparenz erfolgt und dass das Ergebnis in eine einprägsame Form gebracht wird;
- dass die Verfasserin auch bei der Entwicklung des Theorieentwurfs für internationale Krisen-Public Relations die gedanklichen Schritte (deskriptive Kennzeichnung, nochmalige Darlegung der im Laufe der Arbeit entwickelten relevanten stipulativen Definitionen, Bezüge zu den generierten Hypothesen etc.) nachvollziehbar dokumentiert und diese unter wissenschaftstheoretischen Gesichtspunkten reflektiert;
- dass schließlich im Resümee noch Gütekriterien für die Qualität von Forschungsergebnissen explizit angesprochen und zur Arbeit in Bezug gesetzt werden.

Den interessierten Leser(inne)n dieser Arbeit erwarten umfassende, kritische Analysen zum State of the Art von internationaler Krisen-Public Relations, eine intensive und methodenkritische Auseinandersetzung zu forschungsrelevanten Publikationen von namhaften und international bekannten Forscher(inne)n, ein methodisch versierter Umgang in der empirischen Untersuchung und schließlich eine souverän eigenständige Systematisierung und Gesamtzusammenfassung mit einer Entwicklung eines Theorieentwurfs internationaler Krisen-Public Relations inklusive einer Modelldarstellung.

Ich kann allen Interessierten der Public Relations-Forschung und -Unternehmenspraxis nur empfehlen, sich auf diese klar formulierte, stringent gegliederte und systematisch vorbildhaft aufgebaute Arbeit mit ihren theoretisch anspruchsvollen und empirisch gehaltvollen Analysen einzulassen.

Benno Signitzer, Juni 2016

Internationale Krisen-Public Relations
Analysen zu Theorie und Unternehmenspraxis im
transkulturellen Kontext

Vetsch, C.

2017, XX, 669 S. 37 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15580-3