
Inhaltsverzeichnis

Teil I Grundlagen

Krisenmanagement	3
Ansgar Thießen	
Strategie als Krise – Explikation und Enthemmung der Organisationsentwicklung	21
Joachim Kuss	
Unternehmenskrisen: Beschreibung, Ursachen, Verlauf und Wirkungen überlebenskritischer Prozesse in Unternehmen	31
Ulrich Krystek und Mischa Lentz	
Unternehmenskrisen und Stakeholder-Beziehungen	55
Klaus Lintemeier	
Reputationskrisen	71
Kurt Imhof	
Krisen als soziale Konstruktion: zur institutionellen Logik des Krisenmanagements und der Krisenkommunikation	95
Swaran Sandhu	

Teil II Strukturen

Krisenwahrnehmung und Krisenbewältigung	119
Georg Schreyögg und Simone M. Ostermann	
Interorganizational Crisis Management	141
Olivier Berthod, Gordon Müller-Seitz und Jörg Sydow	

Krise, Krisenmanagement und Krisenkommunikation.....	155
Klaus Merten	
Krisenkommunikation und Media Relations.....	177
Juliana Raupp	
Internal Crisis Communication and Management.....	197
Mats Heide	
Transboundary and Cultural Crisis Communication	213
Jesper Falkheimer	
Strukturen und Prozesse juristischer Krisen	227
Matthias Prinz	
 Teil III Handlungsfelder	
Die Managementperspektive im Krisenmanagement – Welche Rolle spielt das Management bei der Bewältigung von Krisensituationen?.....	239
Armin Töpfer	
Krisenmanagement beginnt im Aufsichtsrat	271
Victor Schmid	
Litigation-PR: Strategische Rechtskommunikation bei Unternehmenskrisen ...	293
Alexander Schmitt-Geiger	
In der Krise ist vor der Krise – wie man durch systematische Vorbereitung Krisen eindämmt und Katastrophen verhindert.	307
Anfried Baier-Fuchs	
Erfolgskritische Faktoren der angewandten Krisenkommunikation	319
Martin Riecken	
Krisenkommunikation und soziale Medien in der vernetzten Gesellschaft – Theoretische Perspektive und empirische Befunde	333
Friederike Schultz und Sonja Utz	
Krise 2.0: Erfolgreiches Reputationsmanagement mit Social Media.	345
Thorsten Hofmann	

Strategische Krisenevaluation im Zeitalter von Social Media.	361
Nanette Aimée Besson	
Strukturen und Prozesse der Krisenkommunikation – Wie die Zusammenarbeit mit Agenturen und Dienstleistern funktioniert.	381
Joachim Klewes und Dirk Popp	
Future of Crisis Communication	397
Timothy Coombs	
 Teil IV Grenzen	
Krisenmanagement im kommunikativen Binnenraum	409
Hartwin Möhrle	
Kommunikative Grenzen des Krisenmanagements	417
Olaf Hoffjann	