

# Inhalt

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>21</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>23</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>25</b>
1.1 Ausgangsthese – Vom alten Mars zum Bad Banker .....	25
1.2 PR-Forschung – Der Homo narrans im Rekonstruktionskorridor .....	27
1.3 Zur strukturalen Analyse eines sozialen Mechanismus.....	31
1.4 Forschungsfrage und Gang der Untersuchung .....	33
<b>2 Der Sündenbock als sozialer Mechanismus – Theoretische und analytische Grundlagen.....</b>	<b>35</b>
2.1 Eine interdisziplinäre Perspektive .....	35
2.2 Der Bock für Asasel – Begriffsklärung und Etymologie .....	38
2.3 Sündenbock-Literatur: Ein Forschungsüberblick .....	41
2.3.1 Das Ritual als Ursprung .....	41
2.3.2 Girards Mimetische Theorie des Sündenbocks .....	45
2.3.3 Der Mythos als traditionelle Erzählung .....	48
2.3.3.1 Ritual und Mythos – Erzählerische Denkstrukturen .....	48
2.3.3.2 Mythenanalyse nach Lévi-Strauss.....	50
2.3.3.3 Mythenanalyse nach Barthes.....	51
2.3.3.4 Der Sündenbock als narrative Erinnerungsspur.....	53
2.3.4 Der Schatten, die Gruppe und das Stigma .....	56
2.3.4.1 Schatten und Schuld.....	56
2.3.4.2 Gruppendynamik und Projektion .....	60
2.3.4.3 Der Auswahlprozess: Opfermerkmal und Stigma.....	64

2.3.5	Zusammenfassung: Definition des Sündenbock-Mechanismus .....	68
2.4	Der Sündenbock in der Öffentlichkeit.....	69
2.4.1	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung .....	69
2.4.1.1	Öffentlichkeit – Grundlegende Begriffsbestimmung.....	69
2.4.1.2	Öffentliche Meinung als soziale Kontrolle .....	72
2.4.1.3	Gruppenöffentlichkeit versus anonyme Öffentlichkeit.....	74
2.4.2	Öffentliche Kommunikation im 21. Jahrhundert.....	76
2.4.2.1	Öffentliche Kommunikation in der Informationsgesellschaft.....	76
2.4.2.2	Nachrichtenauswahl durch Journalismus und PR .....	79
2.4.2.3	Wirtschaftsjournalismus.....	82
2.4.3	Zusammenfassung: Der Sündenbock in der Öffentlichkeit.....	84
<b>3</b>	<b>Merkmale einer medialen Sündenbock-Erzählung.....</b>	<b>89</b>
3.1	Die Sündenbock-Nachrichtenwerte .....	89
3.1.1	Status – Prominenz, Macht und Sensation.....	89
3.1.2	Identifikation – Personalisierung im Organisationskontext.....	91
3.1.3	Valenz – Konflikt und Schaden in der Öffentlichkeit .....	94
3.2	Sündenbock-Mechanismus und Organisationskrisen.....	96
3.2.1	Sündenbölke im Organisationskontext .....	96
3.2.1.1	Wirtschaftsunternehmen als Organisationstyp.....	96
3.2.1.2	Der Sündenbock im Belohnungssystem des Unternehmens .....	98
3.2.2	Grundlagen der Krisenforschung.....	100
3.2.2.1	Begriffsdefinition und grundlegende Forschungstraditionen.....	100
3.2.2.2	Paradigmatische Ansätze der Krisenforschung.....	102
3.2.3	Krisenbewältigungsstrategien .....	104
3.2.3.1	Instrumentelle Aktualisierung und Attributionsforschung.....	104
3.2.3.2	Situational Crisis Communication Theory (SCCT) .....	106
3.2.3.3	Mediale Berichterstattung und Verantwortungszuschreibung .....	109
3.3	Krisennarratologie als strukturelle Sündenbock-Analyse .....	111
3.3.1	Mögliche Untersuchungsansätze zur Krisennarration .....	111
3.3.1.1	Der Framing-Ansatz.....	111
3.3.1.2	Symbolic Convergence Theory und Fantasy Theme Analysis .....	113
3.3.1.3	Der Sensemaking-Ansatz.....	115

---

3.3.2	Der Rhetorische Ansatz nach Heath .....	117
3.3.2.1	Einführung in den Rhetorischen Ansatz .....	117
3.3.2.2	Archetypische Krisen, kulturelle Passung und Kontrolle .....	118
3.3.2.3	Glaubwürdigkeit der Krisen-Erzählung .....	120
3.3.3	Zusammenfassung: Strukturelle Krisenanalyse nach Heath .....	122
<b>4</b>	<b>Die Sündenbock-Fallstudien.....</b>	<b>125</b>
4.1	Auswahl der Methode.....	125
4.2	Auswahl und Plot der Fallstudien.....	127
4.3	Analyseobjekt CEO – Begriffsklärung und Rollenkonzepte.....	129
4.3.1	Begriffsklärung CEO und Topmanagement .....	129
4.3.2	CEO-Rollenkonzepte .....	130
4.4	Untersuchungsdesign der Leitfadeninterviews mit Experten.....	134
4.4.1	Konstruktion des Leitfadens .....	134
4.4.2	Auswahl und Anfrage der Experten.....	137
4.4.3	Methodenreflexion – Leitfadeninterviews und Auswertungslogik .....	138
4.5	Ergebnisse der Leitfadeninterviews (Fragenkomplex I und II).....	139
4.5.1	Fragenkomplex I: Der Sündenbock in der Mediengesellschaft.....	139
4.5.2	Fragenkomplex II: Reflexion über Konsequenzen .....	143
4.5.3	Zusammenfassung der Ergebnisse (Fragenkomplex I und II) .....	148
4.6	Inhaltsanalyse – Kategorien der Sündenbock-Erzählung .....	150
4.6.1	Untersuchungsanlage .....	150
4.6.2	Intracoder-Reliabilität und basale Merkmalskomplexe .....	152
4.6.3	Erläuterung der sündenbock-spezifischen Merkmalskomplexe .....	154
4.6.4	Methodenreflexion – Inhaltsanalyse und Auswertungslogik.....	159
4.7	Fallstudie I – Werner Seifert .....	161
4.7.1	Hintergründe und Ergebnisse der Leitfadeninterviews .....	161
4.7.1.1	Chronologie der Krise .....	161
4.7.1.2	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III .....	162
4.7.2	Ergebnisse Inhaltsanalyse – Deskription und Krise .....	164
4.7.2.1	Deskriptive Analyse .....	164
4.7.2.2	Krisenspezifische Analyse .....	166
4.7.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Die Sündenbock-Erzählung.....	168

---

4.7.3.1	Narrative Analyse – Linguistic Category System .....	168
4.7.3.2	Narrative Analyse – Fantasy Theme Analysis (FTA).....	177
4.7.3.3	Narrativ-visuelle Analyse.....	179
4.8	Fallstudie II – Josef Ackermann.....	184
4.8.1	Hintergründe und Ergebnisse der Leitfadeninterviews .....	184
4.8.1.1	Chronologie der Krise .....	184
4.8.1.2	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III .....	187
4.8.2	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Deskription und Krise .....	190
4.8.2.1	Deskriptive Analyse .....	190
4.8.2.2	Krisenspezifische Analyse .....	194
4.8.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Die Sündenbock-Erzählung.....	197
4.8.3.1	Narrative Analyse – Linguistic Category System (LCS).....	197
4.8.3.2	Narrative Analyse – Fantasy Theme Analysis (FTA).....	205
4.8.3.3	Narrativ-visuelle Analyse.....	209
4.9	Fallstudie III – Hartmut Mehdorn .....	215
4.9.1	Hintergründe und Ergebnisse der Leitfadeninterviews .....	215
4.9.1.1	Chronologie der Krise .....	215
4.9.1.2	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III .....	217
4.9.2	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Deskription und Krise .....	221
4.9.2.1	Deskriptive Analyse .....	221
4.9.2.2	Krisenspezifische Analyse .....	224
4.9.3	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Die Sündenbock-Erzählung.....	225
4.9.3.1	Narrative Analyse – Linguistic Category System .....	225
4.9.3.2	Narrative Analyse – Fantasy Theme Analysis (FTA).....	230
4.9.3.3	Narrativ-visuelle Analyse.....	232
4.9.4	Zusammenfassung des Interviews mit Hartmut Mehdorn .....	237
4.10	Die Ergebnisse der Fallstudien im Überblick.....	239
4.10.1	Ergebnisse der Leitfadeninterviews – Fragenkomplex III .....	240
4.10.2	Ergebnisse der Inhaltsanalyse – Vergleichende Analyse .....	242
4.10.2.1	Deskriptive Analyse .....	242
4.10.2.2	Krisenspezifische Analyse .....	243
4.10.2.3	Die Sündenbock-Erzählung .....	245
4.10.3	Strukturelle Sündenbock-Analyse nach Heath .....	251

<b>Inhalt</b>	<b>15</b>	
4.10.3.1	Methodik der strukturalen Krisenanalyse nach Heath .....	251
4.10.3.2	Seifert – Der Steuermann und das Phantom .....	252
4.10.3.3	Ackermann – Die allegorische Figur des Managers .....	254
4.10.3.4	Mehdorn – Der Sturkopf und das Ende einer Ära .....	257
<b>5</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>261</b>
5.1	Sündenbock-Typologie und weiterführende Analysen .....	261
5.1.1	Vier CEOs, drei Sündenbock-Typen .....	261
5.1.2	Weiterführende Analyse von Sündenbock-Rollenkonzepten .....	263
5.1.3	Exkurs: Der Sündenbock im Fernsehen.....	267
5.2	Hypothesen und Desiderate .....	270
5.3	Resümee .....	274
<b>Literatur.....</b>	<b>279</b>	
<b>Anhang .....</b>	<b>299</b>	