

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	17
Tabellenverzeichnis.....	21
Abkürzungsverzeichnis.....	23
1 Einleitung	25
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
2 Der Sündenbock als sozialer Mechanismus – Theoretische und analytische Grundlagen.....	35
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 Erinnerungspur	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
3	Merkmale einer medialen Sündenbock-Erzählung.....	89
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	Sündenböcke 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: Strukturele Krisenanalyse nach Heath	122
4	Die Sündenbock-Fallstudien.....	125
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

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
5	Schlussbetrachtung	261
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
Literatur.....		279
Anhang		299