

# Inhalt

Abkürzungsverzeichnis.....	11
Vorwort.....	13
1      Einleitung .....	15
1.1     Thematische Heranführung und These .....	16
1.2     Forschungsdesiderate und Ziele der Arbeit.....	21
1.3     Aufbau der Arbeit .....	25
1.4     Kernergebnisse der Arbeit .....	29
2      Bezugsrahmen Krisenkommunikationsforschung .....	31
2.1     Krisenmanagement in Wirtschafts- und Politikwissenschaft.....	31
2.2     Krisenkommunikationsforschung in der Kommunikationswissenschaft .....	34
2.2.1     Literaturüberblick.....	35
2.2.2     Forschungsperspektiven der Krisenkommunikationsforschung ..	35
2.3     Definitionen: Was ist eine Krise? .....	37
2.3.1     Strukturdimension: Inhalte, Formen und Auswirkung von Krisen .....	37
2.3.2     Prozessdimension: Krisen als Ereignisse, Phasen oder Zyklen...	38
2.3.3     Akteursdimension: Symbolisch-relationale Definitionen von Krisen als Konstrukte .....	39
2.4     Die symbolisch-relationale Situational Crisis Communication Theory.....	43
2.5     Diskussion der Situational Crisis Communication Theory und Schlussfolgerungen .....	46
2.6     Auf dem Weg zur integrierten Perspektive: der Multivocal Approach.....	48
2.7     Zwischenfazit zum Bezugsrahmen Krisenkommunikation.....	50
3      Bezugsrahmen Framing-Ansatz .....	53
3.1     Framing als integratives Konzept in der Kommunikations- und Medienforschung .....	53
3.2     Forschungsdimensionen des Framing-Ansatzes .....	57

3.2.1	Strukturdimension .....	57
3.2.2	Akteursdimension .....	67
3.2.3	Prozessdimension.....	72
3.2.4	Wirkungsdimension .....	79
3.3	Zwischenfazit zum Bezugsrahmen Framing-Ansatz.....	88
3.3.1	Theoretischer Gehalt des Framing-Ansatzes.....	89
3.3.2	Methodisches Potenzial für empirische Untersuchungen.....	91
4	Bezugsrahmen Organisationstheorie .....	93
4.1	Organisation, Institutionalisierung und Sensemaking.....	94
4.1.1	Beeinflussbarkeit von Institutionen durch strategisch handelnde Akteure .....	95
4.1.2	Wirklichkeits(ko-)konstruktion zur Sinnbildung .....	96
4.1.3	Organisieren und Sensemaking nach Weick .....	96
4.1.4	Sinnbildung im organisationalen Feld.....	98
4.2	Legitimität, Reputation und Legitimierung.....	99
4.2.1	Dynamik von Institutionalisierung und Legitimierung in Krisen.....	100
4.2.2	Legitimierungsstrategien.....	101
4.2.3	Rolle der strategischen Kommunikation .....	103
4.3	Öffentlichkeit, Arenen, Diskurse .....	104
4.4	Strategie, strategische Umwelt, Strategiefähigkeit .....	106
4.4.1	Strategisches Handeln und Strategieverständnis .....	107
4.4.2	Der Strategieprozess und Strategizing .....	108
4.4.3	Der rekursive Strategieprozess und seine Folgen für die Strategiefähigkeit .....	109
4.5	Zwischenfazit zum Bezugsrahmen Organisationstheorie .....	111
5	Strategisches Framing in Krisen.....	113
5.1	Definitionen zum Strategischen Framing .....	113
5.2	Prozessmodell zum Strategischen Framing in Krisen.....	115
5.3	Verortung des Strategischen Framing zum Issues Management und zur Publics-Theorie .....	126
5.4	Praxis des Strategischen Krisenframing: Strategische Optionen .....	129
5.4.1	Strukturdimension: Strategische Ausgestaltung des Frames .....	129
5.4.2	Akteursdimension: Strategische Positionierung des Akteurs zu anderen Akteuren .....	133
5.4.3	Prozessdimension: Strategischer Umgang mit Issues, Akteuren und Frames im Zeitverlauf .....	139
5.5	Praxis des Strategischen Krisenframing: Taktiken .....	142

5.5.1	Taktiken der Strukturdimension .....	144
5.5.2	Taktiken der Akteursdimension .....	147
5.5.3	Taktiken der Prozessdimension.....	149
6	Strategisches Framing als Element einer dynamischen Krisenkommunikationsforschung.....	151
6.1	Theoretische Leistungsfähigkeit und Anwendungsmöglichkeiten... 151	
6.2	Leistungsfähigkeit in empirischer Hinsicht .....	155
7	Empirische Studie: Struktur und Methoden.....	159
7.1	Forschungsobjekte .....	159
7.1.1	Der Ereignishorizont: Verlauf der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009.....	159
7.1.2	Der Akteur: Das Bundesministerium der Finanzen und die Rolle der Regierungskommunikation auf Bundesebene .....	164
7.2	Erkenntnisziele und Methodenwahl.....	168
7.3	Leitfadeninterviews .....	169
7.4	Inhalts- und Frame-Analyse.....	170
7.4.1	Methodenwahl: Dreischrittige Frame-Identifikation und Framing-Analyse.....	172
7.4.2	Eckpunkte der Inhalts-, Frame- und Framing-Analyse .....	176
7.4.3	Kategorienbildung/Operationalisierung .....	184
7.4.4	Codebook und Pretest .....	187
7.4.5	Datenerhebung und -aufbereitung.....	187
7.4.6	Frame-Analyse über Clusteranalyse.....	188
7.4.7	Frame-Beschreibung über ergänzende Verfahren .....	189
7.4.8	Framing-Analyse über Rangkorrelationskoeffizienten und Hauptkomponentenanalyse .....	190
8	Ergebnisse der Leitfadeninterviews.....	191
8.1	Strategisches Framing aus Sicht der Praxis .....	191
8.2	Strategisches Framing in der Regierungskommunikation und in Krisenzeiten .....	192
8.3	Iterativer Prozess zur Entwicklung strategischer Frames .....	193
8.4	Strukturelle Framing-Strategien in der Krise .....	194
8.5	Akteursbezogene Framing-Strategien in der Krise .....	197
8.6	Prozessbezogene Framing-Strategien in der Krise .....	198
8.7	Einordnung und Interpretation der Ergebnisse .....	202

9	Ergebnisse der Frame-Analyse des Akteursmaterials.....	207
9.1	Strukturen und Themen des Akteursmaterials .....	207
9.2	Beschreibung der identifizierten BMF-Frames.....	208
9.3	Einordnung und Interpretation der Ergebnisse .....	209
10	Ergebnisse der Struktur- und Themenanalyse der Medienberichte .....	213
10.1	Strukturen und Themen der Medienberichte.....	213
10.1.1	Berichterstattungsintensität und Schlüsselereignis.....	214
10.1.2	Krisenbezug und Kernthemen der Berichterstattung .....	215
10.1.3	Krisenanteile von zentralen Kernthemen im Zeitverlauf .....	217
10.1.4	Anlässe der Berichte .....	217
10.1.5	Akute vs. retrospektive Perspektive .....	218
10.2	Vergleich der Berichterstattung von FAZ und Spiegel Online .....	219
10.3	Akteure in der Medienberichterstattung .....	219
10.4	Auswertung der Akteuraussagen (einzelne Frame-Elemente und framing devices) .....	221
10.4.1	Gegenseitige Attribution von Konsequenzen, Schuld und Lösungskompetenz.....	222
10.4.2	Werte als Frame-Element.....	223
10.4.3	Begründungsmuster: Häufigkeiten und Auftreten in Krisenphasen.....	223
10.4.4	Zwischenfazit .....	224
11	Ergebnisse Strukturdimension: Identifikation von Frames in der Krisenberichterstattung.....	225
11.1	Beschreibung der identifizierten Frames .....	225
11.1.1	Frame ‚Krisendiagnose‘ .....	226
11.1.2	Frame ‚Gezwungen zur Finanzmarkttrettung‘ .....	228
11.1.3	Frame ‚Gegen ungewöhnliche Staatseingriffe‘ .....	229
11.1.4	Frame ‚Konjunkturförderung‘ .....	231
11.1.5	Frame ‚Entlastungen auf Pump‘ .....	232
11.1.6	Frame ‚Sozialer Sicherheitspuffer‘ .....	233
11.1.7	Frame ‚Wiedergutmachung der Krisenverursacher‘ .....	234
11.1.8	Frame ‚Konjunkturdiagnose‘ .....	235
11.1.9	Frame ‚Versorgung der Realwirtschaft‘ .....	236
11.1.10	Frame ‚Regulierung zur Krisenprävention‘ .....	238
11.1.11	Frame ‚Einzelne Unternehmen retten‘ .....	240
11.2	Verteilung der identifizierten Frames auf Akteure .....	241
11.3	Präsenz, Prominenz und Präsentation der Frames in den Berichten .....	242
11.4	Typisierung der Frames bezogen auf ihre Werte-Aufladung .....	245

11.5	Dimensionierung und Dramatisierung der Krise innerhalb der Frames.....	246
11.6	Hinweise zu inhaltlichen Framing-Strategien .....	247
12	Ergebnisse Akteursdimension: Identifikation von spezifischen Frame-Mustern.....	249
12.1	Frame-Muster der Gesamtberichterstattung.....	250
12.2	Frame-Muster der Akteursgruppen.....	252
12.2.1	Akteursgruppe Finanzmarkt- und Wirtschaftsakteure.....	252
12.2.2	Akteursgruppe Politik .....	253
12.2.3	Akteursgruppe Medien.....	255
12.2.4	Akteur Bundesfinanzministerium .....	256
13	Ergebnisse Prozessdimension: Identifikation von Framing-Linien .....	259
13.1	Identifikation und Zeitverlauf von Framing-Linien in der Berichterstattung .....	259
13.2	Framing-Linien der Akteure im Vergleich und Identifikation von Diskurskoalitionen .....	263
13.2.1	Akteursvergleich zur Framing-Linie „reakтив rettender Staat“ / Schadensbegrenzung .....	264
13.2.2	Akteursvergleich zur Framing-Linie „aktiv fördernder Staat“ / Krisenbekämpfung .....	264
13.2.3	Akteursvergleich zur Framing-Linie „routinierter zurückhaltender Staat“ / Folgenbewältigung .....	264
13.2.4	Akteursvergleich zur diagnostischen Framing-Linie / Krisendeutung .....	265
13.2.5	Identifikation von Diskurskoalitionen .....	265
13.3	Crisis frame alignment in der akuten Krisenphase .....	266
14	Einordnung der Befunde aller empirischen Untersuchungen .....	269
14.1	Rückschlüsse zum Strategischen Framing des BMF 2008/2009 .....	269
14.1.1	Die dominierenden Framing-Strategien 2008 und 2009 .....	270
14.1.2	Rahmenbedingungen des Strategischen Krisenframing .....	278
14.2	15 zentrale Befunde zum Analysemodell des Strategischen Framing in Krisen.....	279
14.2.1	Institutionelle Rahmenbedingungen des Strategischen Framing .....	279
14.2.2	Strategische Akteursframes im Akteursmaterial und in der Medienberichterstattung.....	282

---

14.2.3	Konkurrierende Akteursframes in der Medienberichterstattung.....	285
14.2.4	Der mediale Krisendiskurs als Teil der situationsspezifischen Rahmenbedingungen.....	289
15	Fazit, Diskussion und Forschungsbedarf.....	293
16	Ausblick.....	299
	Literatur .....	305
	Verzeichnis anderer Quellen.....	338
	Abstract.....	339