

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Kapitel 1 Buchkonzeption und Anwendungsempfehlungen	1
1.1 Einleitung	1
1.1.1 Problemstellung.....	1
1.1.2 Erklärungsbeitrag	3
1.2 Aufbau und Anwendung	4
1.2.1 Aufbau	4
1.2.2 Zielgruppenspezifische Anwendungsempfehlungen.....	6
Teil I Theorie zum Krisenmanagement	9
Kapitel 2 Grundlagen von Krisen	11
2.1 Einführung und begriffliche Abgrenzung von Krisen	11
2.1.1 Einleitung in die Krisentheorie.....	11
2.1.2 Begriffsabgrenzung Krise vs. Unternehmenskrise	11
2.2 Ursachen von Unternehmenskrisen.....	15
2.2.1 Unternehmensinterne Krisenursachen.....	15
2.2.2 Unternehmensexterne Krisenursachen	16
2.3 Verlauf von Unternehmenskrisen	17
2.3.1 Krisenverläufe aus Sicht der betroffenen Unternehmen.....	18
2.3.2 Krisenverläufe aus Sicht des öffentlichen Interesses.....	20
2.4 Krisentypen und deren Klassifizierung	21
2.4.1 Strategie-, Erfolgs- und Liquiditätskrisen	23
2.4.2 Plötzliche Unternehmenskrisen	25
2.4.3 Publizistische Unternehmenskrisen.....	26
Kapitel 3 Institutionelles Krisenmanagement	29
3.1 Der Begriff des Krisenmanagement.....	29
3.2 Prozessorientiertes Krisenmanagement.....	30
3.2.1 Die Phasen des Krisenmanagement	30
3.2.2 Der RPM-Prozess	32
3.3 Organisations- und Informationsgestaltung in Krisen.....	33
3.3.1 Organisatorische Gestaltungsziele in Krisen.....	33
3.3.2 Umsetzung organisatorischer Gestaltungsziele	34
3.3.3 Modelle der organisatorischen Gestaltung in Krisen	36

3.4	Kommunikation in Krisen.....	40
3.4.1	Definition und Ziel der Krisenkommunikation	40
3.4.2	Grundsätzliche Strategien der Kommunikation in Krisen.....	40
3.4.3	Vier-Stufen Modell der Krisenkommunikation	41
Kapitel 4	Individuelle Krisenbewältigung	43
4.1	Krisenverhalten bei Managern	43
4.1.1	Handlungsrahmen und Wahrnehmung in der Krise.....	43
4.1.2	Auswirkungen von Stress in Krisensituationen.....	44
4.1.3	Auswirkungen von Frustration in Krisensituationen.....	45
4.1.4	Veränderung des Führungsverhaltens in Krisensituationen.....	46
4.2	Krisenverhalten bei Konsumenten	48
4.2.1	Krisen und Konsumentenforschung	48
4.2.2	Langfristige Veränderungen im individuellen Kontext.....	48
4.2.3	Effekte von Krisen auf Einstellungen.....	49
4.2.4	Effekte von Krisen auf Involvement und Wahrnehmung.....	51
4.2.5	Krisen und Angst.....	52
Kapitel 5	Bewältigung von Krisen in Krisen.....	53
5.1	Besonderheiten von Mehrfachkrisen.....	53
5.1.1	Einführung von multiplen Krisen	53
5.1.2	Interaktionseffekte zwischen Krisen.....	54
5.2	Das 3D-Krisenmanagement.....	55
5.2.1	Grundlegendes Konzept.....	55
5.2.2	Prozess und Phasen.....	57
5.2.3	Organisatorische Gestaltungsempfehlungen	62
5.3	Implikationen.....	64
5.3.1	Zusammenfassung	64
5.3.2	Künftiger Forschungsbedarf	64
Teil II	Praktisches Krisenmanagement am Fallbeispiel.....	67
Kapitel 6	Der 11. September 2001 und seine Rahmenbedingungen.....	69
6.1	Die Zeit vor dem 11.9.2001.....	69
6.1.1	Die globale Wirtschaftslage.....	70
6.1.2	Besonderheiten und Schwierigkeiten der Luftfahrtbranche	71
6.1.3	Die Luftfahrtindustrie in den USA	76
6.1.4	Die Luftfahrtindustrie in Europa	79
6.1.5	Die Rolle der Low-Cost-Anbieter	81
6.1.6	Die Deutsche Lufthansa AG	86

6.2	Der 11. September 2001 – Tag des Terrors	92
6.2.1	Die Chronologie der Terror-Anschläge	92
6.2.2	Die Zielobjekte der Anschläge	94
6.2.3	Der 11.9.2001 vs. vorherigen Anschlägen	97
Kapitel 7	Auswirkungen des 11.9.2001 in den ersten Tagen	101
7.1	Allgemeine Veränderungen	101
7.2	Die Folgen für die Luftfahrtbranche	102
7.3	Die Deutsche Lufthansa AG.....	103
Kapitel 8	Auswirkungen des 11.9.2001 im ersten Quartal.....	107
8.1	Allgemeine Veränderungen	107
8.1.1	Die globale wirtschaftliche Lage.....	107
8.1.2	Kurzfristige Auswirkungen auf die Amerikaner	110
8.2	Die Luftfahrtbranche	112
8.2.1	USA	114
8.2.2	Europa	117
8.3	Die Deutsche Lufthansa AG.....	123
8.3.1	Die typologische Einordnung der Krise	123
8.3.2	Quantifizierte Krisenfolgen	123
8.3.3	Die Auswirkungen auf die Kunden und das Unternehmen	125
8.3.4	Der Einfluss auf die (Personal-) Führung.....	125
8.3.5	Die Krisenbewältigungsmaßnahmen	130
8.3.6	Die Krisenkommunikation	138
Kapitel 9	Auswirkungen des 11.9.2001 im ersten Jahr.....	139
9.1	Allgemeine Veränderungen	139
9.1.1	Die globale wirtschaftliche Lage.....	139
9.1.2	Langfristige Auswirkungen auf die Amerikaner	144
9.2	Die Luftfahrtbranche	145
9.2.1	Veränderungen in der Luftfahrtindustrie	145
9.2.2	Die europäischen Low-Cost-Anbieter	149
9.3	Die Deutsche Lufthansa AG.....	151
9.3.1	Weiterführende Kosteneinsparungen.....	154
9.3.2	Anpassung der Flotte und der Kapazität	155
9.3.3	Recruiting / Mitarbeiter	157
9.3.4	Allianzen	158
9.3.5	Online-Engagement.....	159
9.3.6	Sonstige Maßnahmen	160

Kapitel 10 Zusammenfassung und Implikationen	163
10.1 Zusammenfassung.....	163
10.1.1 Einordnung des 11.9.2001 in die Krisentheorie	163
10.1.2 Auswirkungen auf die Luftfahrtbranche.....	167
10.1.3 Auswirkungen auf die Deutsche Lufthansa AG	169
10.2 Evaluation der Lufthansa-Krisenbewältigung	171
10.2.1 Krisenbewältigung der Deutschen Lufthansa AG	172
10.2.2 Erfolge des durchgeführten Krisenmanagement	177
10.2.3 Implikationen und neue Herausforderungen	183
 Teil III Fallstudienkonzeptionen	 191
 Kapitel 11 Fallstudienkonzepte zum 11. September 2001.....	 193
11.1 Konzeption und Anwendungsempfehlungen	193
11.2 Fallstudienkonzeption I.....	196
11.3 Fallstudienkonzeption II.....	198
11.4 Fallstudienkonzeption III	200
 Literaturverzeichnis.....	 203
 Stichwortverzeichnis	 215