

Inhalt

- Danksagung 9
- Abbildungsverzeichnis 11
- Tabellenverzeichnis 13
- Abkürzungsverzeichnis 15
- 1 Einleitung 17
 - 1.1 Aktueller Stand der Forschung und Forschungslücke 18
 - 1.2 Aufbau und Zielsetzung der Arbeit 23
 - 1.3 Methodisches Vorgehen 26
- 2 Die Grundzüge kommunikativer Interaktion 29
 - 2.1 Kommunikation als Begriff 30
 - 2.2 Kommunikationstheoretische Grundlagen 32
 - 2.2.1 Sender-Empfänger-Modell (Shannon & Weaver) 34
 - 2.2.2 Die Sprechakt-Theorie (Saussure) 35
 - 2.2.3 Kommunikation als symbolische Interaktion (Goffman) 36
 - 2.2.4 Nicht-menschliche Kommunikation (Latour) 38
 - 2.3 Zentrale Bestandteile kommunikativer Prozesse 39
 - 2.3.1 Kommunikation als Reziprozitätspraxis 41
 - 2.3.2 Kommunikation und Kultur 45
 - 2.4 Kommunikations- und Kulturalisierungsprozesse 2.0 50
 - 2.4.1 Zwischen Konvergenz und Kontinuum
– die Globalisierung der Kommunikation 51
 - 2.4.2 Kommunikation als soziale Vernetzung 55
 - 2.4.3 Von der Wissenspyramide zur Cloud-Intelligenz im Web 2.0 56

2.5	Organisationale Kommunikation	
	– Krisenkommunikation und Issues Management	60
2.5.1	Organisationstheoretische Perspektive auf Krisenkommunikation	62
2.5.2	Krisen und ihre Wahrnehmung	66
2.5.3	Die Krise als Prozessentwicklung und Präventionsansätze	71
2.5.4	Krisenkommunikation und Krisenmanagement	74
2.5.5	Krisenkommunikation und Web 2.0	77
2.6	Reflexion	81
3	Die Bedeutung nachhaltiger Kommunikation im Zeitalter 2.0	83
3.1	Nachhaltigkeit als Beziehungspflege	85
3.1.1	Kritische Überlegungen zum aktuellen Nachhaltigkeitsbegriff	88
3.1.2	Nachhaltigkeit aus Organisationsperspektive	89
3.2	Nachhaltigkeit und Kommunikation	91
3.2.1	Nachhaltigkeitskommunikation vs. nachhaltige Kommunikation	91
3.2.2	Ansätze nachhaltiger (organisationaler) Kommunikation	94
3.2.3	Kulturelle Aspekte nachhaltiger Kommunikation	95
3.3	Nachhaltige (Krisen-)Kommunikation und das Web 2.0	100
3.3.1	Die Relevanz nachhaltiger Krisenkommunikation	101
3.3.2	Herausforderungen der nachhaltigen Kommunikation 2.0	102
3.4	Reflexion	105
4	(Nachhaltige) Kommunikation und Eigendynamik	107
4.1	Kommunikation 2.0, Komplexität und Chaos	111
4.2	Invisible-Hand-Prozesse und kommunikativer Wandel	117
4.3	Theoretische Betrachtung kommunikativer Eigendynamik	120
4.3.1	Sprachwandel nach Keller	121
4.3.2	Kommunikation und Framing	123
4.3.3	Kommunikativer Konstruktivismus	127
4.3.4	Zirkuläre Positionen im Konstruktivismus	129
4.3.5	Pragmatische Theorien nach Mead	131
4.3.6	Symbolischer Interaktionismus nach Goffman	133
4.3.7	Technische Mediation	135
4.4	Komplexität und Entscheidungskontexte – das Cynefin-Modell	136
4.4.1	Kategorienableitung	136
4.4.2	Kritische Würdigung des Cynefin-Modells	140

4.5	Komplexität und Krisenkommunikation	
	– ein Systematisierungsversuch	142
4.5.1	Lineare Zusammenhänge	147
4.5.2	Extra-Lineare Zusammenhänge	149
4.5.3	Exponentielle Zusammenhänge	151
4.5.4	Extra-Exponentielle Zusammenhänge	156
4.5.5	Limitationen & Chancen	158
4.6	Reflexion	168
5	Netzwerke, Beziehungsgeflechte und ihre Bedeutung für nachhaltige Kommunikation	173
5.1	Relevante Grundzüge der relationalen Netzwerkforschung für nachhaltige Krisenkommunikation	174
5.1.1	Die Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT)	178
5.1.2	›Neue‹ Medien und das Web 2.0 als kommunikative Vernetzung	182
5.1.3	Kulturelle Aspekte in Netzwerken	184
5.2	Beziehungsgeflechte zwischen Netzwerkakteuren	
	– theoretische Grundüberlegungen	188
5.2.1	Netzwerke und Identitätskonstruktion	189
5.2.2	Strong und Weak Ties (SWT)	193
5.2.3	Strukturelle Löcher und Sozialkapital	197
5.2.4	Das Small-World-Phänomen	199
5.3	Netzwerke, Komplexität und Eigendynamik	201
5.3.1	Unsicherheit und Netzwerke	202
5.3.2	Gossip 2.0 und Fake News	204
5.3.3	Die Rolle von Vertrauen in Netzwerkbeziehungen (2.0)	210
5.4	Nachhaltige (Krisen-)Kommunikation, Netzwerke und Beziehungspflege	216
5.4.1	Beziehungsorientierte (Krisen-)Kommunikation	216
5.4.2	Rahmenbedingungen für nachhaltige (Krisen-)Kommunikationsprozesse	218
5.4.3	Implikationen für die Ausgestaltung von (Krisen-)Kommunikation nach Impulsverläufen	223
5.5	Reflexion	230
6	Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Krisenkommunikation	235
6.1	Kommunikation ist allgegenwärtig	236
6.2	Krisen sind eine Perspektivenfrage	238
6.3	Nachhaltigkeit hat immer eine Zukunft und eine Vergangenheit	240

6.4	Kausalität und Prognose gehen nicht einher	242
6.5	Keine Krise gleicht der anderen	244
6.6	Krisenkommunikation findet immer in (Beziehungs-)Netzwerken statt	246
6.7	Unsicherheit und Komplexität als Lernchance sehen	248
6.8	Die Macht des eigenen Identitätsverständnisses	249
6.9	Krisenkommunikation und Beziehungspflege zusammendenken	251
6.10	Steuerungswünsche überprüfen und Ambiguitätskompetenz stärken	253
7	Fazit	255
7.1	Zusammenfassung zentraler Ergebnisse	255
7.2	Limitationen und Mehrwert	258
7.2.1	Positionierung und Bias der Autorin	261
7.2.2	Implikationen für die Forschung	263
7.2.3	Implikationen für die Praxis	264
8	Literatur	267
9	Anhang	297
9.1	Praxisbeispiele (Screenshots)	297
9.1.1	Praxisbeispiel: H&M & kontroverse Produktdarstellung	297
9.1.2	Praxisbeispiel: Outfits des norwegischen Olympiateams & kontroverse Symbolik	298
9.1.3	Praxisbeispiel: Gucci & kontroverses Design	299
9.1.4	Praxisbeispiel: Streisand-Effekt & Daimler	300
9.1.5	Praxisbeispiel: SPD-Selfie & Memetik	301
9.2	Beispiel einer Netzwerkkarte	302