

1	Einführung	1
1.1	Krisen in der Wirtschaft	3
1.2	Relevanz und Forschungsinteresse	4
1.3	Aufbau der Arbeit	6
2	Unternehmenskrisen	9
2.1	Definition von Krisen	11
2.1.1	Etablierte Krisentypen	15
2.1.2	Entwicklungszyklus von Unternehmenskrisen	21
2.1.3	Resümee: Konzeption Unternehmenskrise	27
2.2	Krisenhandhabung und Krisenmanagement	28
2.2.1	Akteure im Krisenfall	30
2.2.2	Handlungsfelder vor der Kriseneskalation	34
2.2.3	Krisenmanagement im akuten Krisenfall	38
2.2.4	Krisennachbereitung	47
2.2.5	Resümee: Wissenschaftliches und praktisches Krisenmanagement	49
2.3	Handlungsfeld Krisenkommunikation	50
2.3.1	Externe Krisenkommunikation	52
2.3.2	Interne Krisenkommunikation	55
2.3.3	Resümee: Kommunikation in der Krise	58
2.4	Systematische Aufbereitung der Krisenforschung	
	1990–2020	60
2.4.1	Leitfragen	61
2.4.2	Methodisches Vorgehen & Codebuch	64
2.4.3	Ergebnisse aus 30 Jahren Krisenforschung	68

2.4.4	Diskussion und Hauptstudieneinbindung	80
2.4.5	Limitationen der systematischen Aufbereitung	86
3	Die Rolle der Mitarbeiter im Krisenfall	87
3.1	Wirkungsweisen von Unternehmenskrisen	88
3.2	Wenn Krisen zum Vertragsbruch führen	90
3.3	Wenn Krisen zu Schuldzuweisung führen	93
3.4	Krisenreaktion auf kognitiver und affektiver Ebene	97
3.5	Krisenreaktion auf konativer Ebene	102
3.6	Resümee: Wie Mitarbeiter auf Krisen reagieren	105
4	Informelle Kommunikation als krisenabhängige Verhaltensreaktion	107
4.1	Definition informeller Kommunikation	109
4.2	Charakteristika und Funktionen informeller Kommunikation in der Krise	112
4.3	Modellkonzeption	116
4.4	Resümee: Informelle Kommunikation in der Krise	118
5	Entwickelte Forschungsfragen	123
6	Methodisches Vorgehen	131
6.1	Methodenwahl und Gang der Untersuchung	133
6.2	Operationalisierung und Fragebogenkonzeption	135
6.3	Sampling	150
6.4	Reliabilitätstest und Fragebogentransformation	153
6.5	Resümee: Methode	156
7	Ergebnisdarstellung	159
7.1	Deskriptive Übersichtsdarstellung	160
7.2	Demografiegebundene Unterschiede in Krisenwahrnehmung und -reaktion	163
7.3	Wirkungsweisen unterschiedlicher Krisen	172
7.4	Informelle Kommunikation	189
7.5	Informelle Kommunikation als Wirkungshebel im Krisenfall	201
7.6	Wirkungsweg informeller Kommunikation	223
8	Diskussion und Integration	233
8.1	Mitarbeiterwahrnehmung und -reaktion im Krisenfall	234
8.2	Krisenfälle bestimmen Wahrnehmung und Reaktion	236

8.3	Informelle Kommunikation als sinnstiftende Verhaltensreaktion	239
8.4	Wirkungspotenziale informeller Kommunikation	241
9	Studienbedingte Limitationen und Einordnung in den Forschungskanon	245
10	Fazit und Ausblick	249
Literatur	251