

# Inhaltsverzeichnis

## ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

BUCHIDEE .....	1
----------------	---

### Welche Ursachen und Auswirkungen haben Krisen? - Eine Einführung

<b>1. UNTERNEHMUNGSKRISEN .....</b>	<b>4</b>
1.1. EINFÜHRUNG IN DAS THEMA KRISEN .....	4
1.2. URSACHEN FÜR KRISEN .....	9
1.3. AUSWIRKUNGEN VON KRISEN .....	14
<b>1.3.1 Allgemeine Wirkungen .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3.2 Auswirkungen auf das Reiseverhalten .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.3 Auswirkungen auf Reiseveranstalter .....</b>	<b>22</b>

### Was ist Krisenmanagement? - Eine Einführung

<b>2. KRISENMANAGEMENT .....</b>	<b>26</b>
2.1. EINFÜHRUNG IN DAS KRISENMANAGEMENT .....	26
2.2. ORGANISATORISCHE EINBINDUNG .....	29
2.3. KRISENMANAGEMENT ALS PROZESS .....	30
2.4. PROBLEMATIK DES KRISENMANAGEMENTS .....	32

### Welche Kommunikationsinstrumente können in der Krise eingesetzt werden?

<b>3. KOMMUNIKATION UND KRISENKOMMUNIKATION .....</b>	<b>36</b>
3.1. ZIELE UND AUFGABEN DER KOMMUNIKATIONSPOLITIK .....	36
3.2. KOMMUNIKATIONSPOLITISCHE INSTRUMENTE UND IHRE RELEVANZ FÜR UNTERNEHMERISCHE KRISENSITUATIONEN IM ÜBERBLICK .....	38
3.3. KRISENKOMMUNIKATIONSPOLITISCHE INSTRUMENTE UND IHRE ANWENDBARKEIT .....	41
<b>3.3.1 Krisen-PR .....</b>	<b>42</b>
<b>3.3.2 Krisen-Werbung .....</b>	<b>44</b>
<b>3.3.3 Krisen-Direktkommunikation .....</b>	<b>49</b>
<b>3.3.4 Krisen-Multimediatelefonkommunikation .....</b>	<b>51</b>

### Welche Rechtsposition besitzen Reiseveranstalter in der Krise?

<b>4. DIE RECHTSPOSITION DES REISEVERANSTALTER IN DER KRISE (ZUNDEL) .....</b>	<b>54</b>
4.1. VOR BEGINN DER REISE .....	56
4.2. WÄHREND DER REISE .....	59
4.3. NACH DER REISE .....	60
4.4. FLUCHT INS FÖRMICHE .....	62

## Wie können mögliche Krisen vor der Entstehung entdeckt werden?

<b>5.</b>	<b>KRISENANTIZIPATION</b> .....	<b>64</b>
5.1.	NOTWENDIGKEIT DER ANTIZIPATION FÜHRT ZUM RISIKOMANAGEMENT .....	64
5.2.	VERFAHREN ZUR IDENTIFIKATION POTENZIELLER KRISEN .....	64
5.2.1.	<b>Systematische Verfahren</b> .....	65
5.2.1.1.	Frühaufklärung .....	65
5.2.1.2.	Retrospektive Analyse .....	69
5.2.2.	<b>Kreative Verfahren</b> .....	70
5.2.2.1.	Expertenbefragungen .....	70
5.2.2.2.	Szenariotechnik .....	73
5.2.3.	<b>Checklisten</b> .....	78
5.3.	KOMMUNIKATION IM RAHMEN DER KRISEN-ANTIZIPATION .....	80

## Wie kann latenten Krisen vor dem Ausbruch begegnet werden?

<b>6.</b>	<b>KRISENPRÄVENTION</b> .....	<b>84</b>
6.1.	NOTWENDIGKEIT DER PRÄVENTION .....	84
6.2.	PRÄVENTIONSMAßNAHMEN .....	84
6.2.1.	<b>Aufstellung eines Krisenplans</b> .....	86
6.2.2.	<b>Krisenkommunikationsplan</b> .....	87
6.2.3.	<b>Krisenstab</b> .....	92
6.2.4.	<b>Externe Krisenmanager</b> .....	94
6.3.	EXKURS: WIE KÖNNEN SICH REISENDE SCHÜTZEN? .....	95
6.4.	KOMMUNIKATION IM RAHMEN DER KRISEN-PRÄVENTION .....	98

## Wie können ausgebrochene Krisen bewältigt werden?

<b>7.</b>	<b>KRISENBEWÄLTIGUNG</b> .....	<b>100</b>
7.1.	VORAUSSETZUNGEN FÜR ERFOLGREICHE KRISENBEWÄLTIGUNG .....	100
7.1.1.	<b>Technische Infrastruktur</b> .....	100
7.1.2.	<b>Personelle Aspekte</b> .....	101
7.2.	DIE SITUATION EINER AKUTEN KRISE .....	103
7.2.1	<b>Research (Identifikation und Untersuchung der Unternehmenskrise)</b> .....	104
7.2.1.1	Primäre Informationsquellen .....	105
7.2.1.2	Sekundäre Informationsquellen .....	106
7.2.2	<b>Action</b> .....	112
7.2.2.1	Sofortmaßnahmen .....	112
7.2.2.2	Mittel- bis langfristige Maßnahmen .....	117
7.2.2.3	Qualitätsmanagement .....	122
7.2.3	<b>Communication (Kommunikation)</b> .....	124
7.2.3.1	Allgemeine Vorgehensweise .....	124
7.2.3.2	Praktische Anwendung und Diskussion der Krisen-PR .....	130
7.2.3.3	Praktische Anwendung und Diskussion der Krisen-Werbung .....	155
7.2.3.4	Praktische Anwendung und Diskussion der Krisen-Direktkommunikation .....	158
7.2.3.5	Praktische Anwendung und Diskussion der Krisen-Multimediatelefonkommunikation .....	162
7.2.3.6	Zusammenfassender Überblick zur Eignung der Instrumente .....	168
7.2.4	<b>Evaluation</b> .....	169

## Aus der Praxis des Risiko- und Krisenmanagement

<b>8.</b>	<b>AUS DER PRAXIS DES RISIKO- UND KRISENMANAGEMENT (WILLINGMANN)</b> .....	<b>172</b>
8.1	RISIKOANALYSEN FÜR GESCHÄFTSREISEN .....	172
8.2	ERARBEITUNG EINES KRISENHANDBUCHS FÜR EINEN MITTELSTÄNDISCHEN REISEVERANSTALTER .....	178
8.2.1	<b>Vorgehensweise</b> .....	178
8.2.2	<b>Festlegung des Krisenstabes</b> .....	179
8.2.3	<b>Definition der Krisenpläne</b> .....	180
	Naturkatastrophe .....	182
8.2.4	<b>Erstellung des Adressenpools</b> .....	184
8.2.5	<b>Aufbau der Informationssammlung</b> .....	186
8.2.6	<b>Empfehlungen zur Umsetzung</b> .....	186
8.3	KRISENMANAGEMENT UND GROßSCHADENSBEWÄLTIGUNG .....	189
8.3.1	<b>Schadensmanagement in der Katastrophe</b> .....	189
8.3.2	<b>Der Concorde-Absturz vom 25.7.2000</b> .....	190
8.3.2.1	Flug AF 4590 Paris – New York am 25.7.2000 .....	190
8.3.2.2	Reaktionen in der Öffentlichkeit .....	190
8.3.2.3	Reaktionen der beteiligten Unternehmen und Regierungen .....	191
8.3.3	<b>Beginn und Komplikationen bei der Abwicklung des Schadens</b> .....	192
8.3.4	<b>Rechtlicher Hintergrund des Concorde-Falls</b> .....	193
8.3.5	<b>Modelle und Defizite moderner Großschadensbewältigung</b> .....	195
8.3.5.1	Verfahrensmäßige Behandlung eines komplexen Schadens .....	195
8.3.5.2	Materiellrechtliche Überlegungen .....	197
8.3.5.3	Privatautonome Gestaltungsmodelle .....	198
8.3.5.4	Staatliche Eingriffe und Steuerungen .....	198
8.3.6	<b>Folgerungen für das Krisenmanagement im Großschadensfall</b> .....	198
<b>9.</b>	<b>AUSBlick AUF DAS RISIKO- UND KRISENMANAGEMENT VON TOURISMUSDESTINATIONEN</b> .....	<b>200</b>
	<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>205</b>
	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>207</b>
	<b>SONSTIGE QUELLEN</b> .....	<b>217</b>
	<b>STICHWORTVERZEICHNIS</b> .....	<b>219</b>
	<b>AUTOREN</b> .....	<b>223</b>