

Marcel Bohnensteffen

Der Fall Christian Wulff aus Sicht der Krisenkommunikation

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2012 GRIN Verlag
ISBN: 9783668317291

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/340834>

Marcel Bohnensteffen

Der Fall Christian Wulff aus Sicht der Krisenkommunikation

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Der Fall des Bundespräsidenten Christian Wulff
aus Sicht der Krisenkommunikation

Abschlussarbeit an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Bielefeld
zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts (M.A.)

Fachbereich Medien

Studiengang:

Crossmedia & Communication Management

6. Trimester

Vorgelegt von:

Marcel Bohnensteffen

Bielefeld, im August 2012

Abstract

Die vorliegende Arbeit trägt den Titel „Der Fall des Bundespräsidenten Christian Wulff aus Sicht der Krisenkommunikation“. Sie geht der Forschungsfrage nach, ob das Krisenmanagement des Staatsoberhauptes die Krise um seine Person verschärft hat.

Ausgehend von dieser übergeordneten Frage wird untersucht, ob der Bundespräsident die Möglichkeit gehabt hat, seiner Krise frühzeitig entgegenzuwirken und bei entsprechenden präventiven Maßnahmen Fehler begangen hat. Ferner wird Wulffs Krisenmanagement auf seine Inhalte und seine Strategie analysiert und die organisatorische Ausrichtung seiner kommunikativen Aktivitäten geprüft. Abschließend soll die Bedeutung und die Auswirkungen der Mailboxnachricht und des TV-Interviews eruiert werden. Für die Durchführung dieser explorativen Studie wird das teil-standardisierte Experteninterview als empirische Untersuchungsmethode herangezogen.

Als Interviewpartner wurden fünf Personen ausgewählt, die von Berufs wegen mit dem politischen Alltag und dem Thema Krisenkommunikation vertraut sind und so über fundiertes Hintergrundwissen in dem forschungsrelevanten Fall verfügen. Ihre Aussagen und Ansichten zur Causa Wulff werden einer vergleichenden Analyse unterzogen. Am Ende seiner praktischen Untersuchung stellt der Autor die Ergebnisse zur Diskussion und gibt Empfehlungen für zukünftige Forschungsansätze zur Krisenkommunikation von Politikern.

Grundsätzlich muss Christian Wulff an vielen Stellen eine Fehlsteuerung seines Krisenmanagements und ein Versagen hinsichtlich der getroffenen Vorkehrungen zur Krisenabwehr attestiert werden. Der Bundespräsident hat die Eskalation seiner Krise und damit seinen Rücktritt durch diverse Versäumnisse und Verfehlungen selbst verschuldet.

Als verheerendste Fehler haben sich Wulffs absente moralische Einsicht und seine defensive Verteidigungstaktik ausgewirkt. Das Bestreben des Mauerns hat die Bedürfnisse der Medien nicht befriedigt und stattdessen neue Nachforschungen heraufbeschworen. Durch diese Haltung war den kommunikativen Aktionen des Bundespräsidenten ihre Wirkung entzogen. Seine Botschaften sind nicht mehr zur Öffentlichkeit durchgedrungen, wodurch Wulff seinen Kredit bei den ihm lange wohlgesonnen Bürgern verspielt hat.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1. Einleitung	1
2. Die Krise und ihre Merkmale	6
2.1 Was ist eine Krise?	6
2.2 Krisenarten und -typen	8
2.3 Krisenphasen und ihr Verlauf	11
3. Kommunikation in der Krise	16
3.1 Krisen-PR: was ist das?	16
3.1.1 Einordnung	16
3.1.2 Anforderung und Ziele	18
3.2 Handlungsempfehlungen für einen professionellen Ablauf	20
3.2.1 Imagepflege und Reputationsmanagement	21
3.2.2 Issue-Management und Profiling	22
3.3 Typische Verhaltensweisen und potentielle Fehlerquellen	23
3.4 Strategiealternativen	25
4. Medien und Politik – ein Beziehungsgeflecht der speziellen Art	27
4.1 Medien als Krisenkatalysatoren	28

4.2 Von wechselnden Abhängigkeiten und gegenseitigem Anbandeln	30
4.3 Die Rolle der Spin Doctors	32
Exkurs: Wulff und die Bild-Zeitung – was aus Freundschaft werden kann	33
5. Der Fall Wulff: Der Niedergang eines Bundespräsidenten	38
5.1 Vorwürfe, Verfehlungen und Verfahren	38
5.1.1 Die Sache mit dem Hauskredit	38
5.1.2 Die Verbindung zum Ehepaar Geerkens	39
5.1.3 Das Echo der Medien	40
5.1.4 Wulffs Reaktion	41
5.1.5 Eine angemessene Krisen-PR?	42
5.2 Das Verhältnis zu den Medien	43
5.2.1 Die Mailboxnachricht an den Chefredakteur	43
5.2.2 Wulffs Reaktion	45
5.2.2.1 Das TV-Interview	45
5.2.3 Eine angemessene Krisen-PR?	47
5.2.4 Das Echo der Medien	48
5.3 Der ominöse Nord-Süd-Dialog	51
5.3.1 Klüngerlei zwischen Politik und Wirtschaft?	51
5.4 Urlaub auf Fremdkosten	53
5.4.1 Die Verbindung zu Filmemacher David Groenewold	53
5.4.2 Das Echo der Medien I	53

5.4.3 Die Rolle von Peter Hintze	55
5.4.4 Zum Rücktritt gezwungen!?	56
5.4.5 Das Echo der Medien II	56
6. Zwischenfazit	58
6.1 Bisherige Erkenntnisse	58
6.2 Ableiten der Forschungsfrage	61
6.3 Aufstellen der Forschungshypothesen	62
7. Empirische Untersuchung	66
7.1 Aufbau, Methode und Relevanz von Experteninterviews	66
7.2 Auswahl der Experten	69
7.3 Auswertung und Vergleich	72
7.4 Überprüfung der Hypothesen	73
7.5 Zusammenfassung der Ergebnisse	92
8. Fazit und Schlussbetrachtung	94
8.1 Diskussion der Ergebnisse	94
8.2 Die Lehren des Falles Wulff	97
9. Aufbauender Forschungsansatz	100
Literaturverzeichnis	101
Anhang	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:

Erscheinungsformen von Krisen nach *Hamburger* 10

Abbildung 2:

Verlauf einer Unternehmenskrise nach *Pohl* 11

Abbildung 3:

Modell der vier Krisenphasen nach *Krystek* 13

Abbildung 4:

ARD-Deutschlandtrend vom 5. Januar 2012 51

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:

Krisenphasen nach *Ditges/Höbell/Hofmann* 12

Tabelle 2:

Übersicht über die befragten Interviewexperten 70

1. Einleitung

„Höflichkeit ist die Blüte der Menschlichkeit“, hat der französische Moralist *Joseph Joubert* einst gelehrt.¹ Sein Gebot soll uns Geheiß sein. Beginnen wir also anstatt mit Christian Wulff selbst zunächst mit seiner Frau – so wie sich das gehört.

Um sich *Bettina Wulff* zuzuwenden, bedarf es wahrlich keines großen Abstechers von ihrem Gatten. Zeit ihres Daseins stand die First Lady mit dem Staatsoberhaupt auf einer Stufe. Zugespitzt formuliert: *Bettina Wulff* hat die Position des Bundespräsidenten gleich mit bekleidet. In doppeltem Sinne quasi, als Edeljoker für ihren Mann. Überall dort, wo Christian Wulff von Amts wegen flanierte, erleuchtete die alles überstrahlende Aura seiner besseren Hälfte. Er selbst scheint das frühzeitig erkannt zu haben: „Christian Wulff hatte keinen Zweifel daran gelassen, dass er seine Präsidentschaft als Teamarbeit verstehe, seine Frau war Partnerin, unbedingte Mitspielerin.“²

Dieses ingeniose, staatstragende Tandem war auf Langfristigkeit ausgerichtet. Gehalten hat es ganze 598 Tage. Mit dem Rücktritt Christian Wulffs am 17. Februar 2012 war die kürzeste Amtsperiode aller deutschen Bundespräsidenten schon wieder passé. Über das Staatsoberhaupt hat sich eine mannigfaltige Krise ausgebreitet, die in ihrem Gardemaß Ihresgleichen sucht und in letzter Konsequenz Wulffs politische Existenz jäh beendet hat. Dieser Eigenschaften und besonderen Begleiterscheinungen wegen ist sie zum zentralen Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit auserkoren worden.

Ganz nebenbei hat die Krise um ihren Mann auch *Bettina Wulffs* Lebenstraum von einem glamourösen Leben im öffentlichen Antlitz zum Platzen gebracht. Der Boulevard versank in Melancholie: „Deutschland verliert die bisher ungewöhnlichste Ehefrau eines Bundespräsidenten!“³

Vor diesem Hintergrund sei die Frage gestattet, wie *Bettina Wulff* das Scheitern ihres Mannes, ihren plötzlichen Lebenswandel, wie sie all das erlebt und

¹ Zitiert nach <http://www.zitate-online.de/sprueche/allgemein/17588/hoeflichkeit-ist-die-blueete-der-menschlichkeit.html> - aufgerufen am 6. August 2012

² Zitiert nach <http://www.welt.de/politik/deutschland/article13874720/Von-Bettina-Wulff-werden-wir-noch-hoeren.html> - aufgerufen am 6. August 2012

verarbeitet hat. Lange hat sie geschwiegen. Jetzt will sie schreiben. Ein Buch soll es sein. Die First Lady will Einblicke gewähren in das Leben und das Rollenspiel an der Spitze des Staates. Immerhin, sie erklärt sich. Man hätte dem Bundespräsidenten wünschen mögen, sie hätte es früher getan.

Vielleicht hätte *Bettina Wulff* ihren Gatten im Amt halten können. Verhindern können, dass er vor der Öffentlichkeit, den Medien, der Politik und der Justiz – kurzum: vor allen bedeutsamen Institutionen einer funktionierenden Gesellschaft – kapitulieren muss. Wer, wenn nicht sie?

Bettina Wulff ist studierte PR-Fachfrau. Sie kennt das Geschäft, weiß wie Medien ticken. Es ist eine von etlichen skurrilen Pointen im Fall Wulff, dass das deutsche Staatsoberhaupt zum Angriffsziel politischer Berichtersteller verkommen ist, obwohl es den Verteidigungsschild im wahrsten Sinne des Wortes zur Hand hatte. Die Expertin auf diesem Feld stand von Anbeginn an seiner Seite. Nur eingegriffen hat sie nicht. Oder etwa doch?

War es gar so, wie es dem Journalisten *Dr. Hugo-Müller-Vogg* schwant, dass sich *Bettina Wulff* in die kommunikativen Belange des Bundespräsidenten einzumischen versucht und so einen Keil zwischen ihren Mann und dessen langjährigen Mentor und Sprecher *Olaf Glaeseker* getrieben hat?⁴ Fakt ist: Als die Krise gravierende Ausmaße annahm, ging die erprobte Avantgardeperson *Glaeseker* von Bord. Christian Wulff war gezwungen, die Krise um seine Person mit anderer personeller Besetzung zu handeln als der über Jahre hinweg vertrauten. Ob das seine kommunikativen Aktivitäten geschwächt hat, soll im Verlauf dieser Arbeit eruiert werden.

„Der Fall des Bundespräsidenten Christian Wulff aus Sicht der Krisenkommunikation“, heißt der Titel der vorliegenden Untersuchung. Darin ist die Organisation und taktische Ausrichtung von Wulffs kommunikativen Aktivitäten nur ein Forschungsschwerpunkt, dem der Autor nachzugehen beabsichtigt. Sein Hauptbestreben ist die fundierte Analyse des gesamten bundespräsidialen Krisenmanagements. Dazu können die präventiven Maßnahmen zur Krisenabwehr, die gewählten strategischen Aktionen zur Eindämmung der Krise sowie deren erzielter Wirkung in der Öffentlichkeit gezählt werden.

³ Zitiert nach <http://www.bild.de/politik/inland/bettina-wulff/598-tage-first-lady-22696170.bild.html> - aufgerufen am 6. August 2012

⁴ Siehe hierzu explizit die im Rahmen der wissenschaftlichen Untersuchung geführte Expertenbefragung von *Dr. Hugo Müller-Vogg*, *Anhang: Interview Müller-Vogg, Frage 12*

Das Forschungsinteresse des Autors rührt von dem Verdacht her, dass der kommunikative Umgang des Bundespräsidenten mit der Krise selbige entscheidend beeinträchtigt hat. Als Indikator für diese These zieht der Autor den schwindenden Rückhalt Wulffs in der Bevölkerung heran. Die gesamte Causa Wulff hat sich ohnehin über einen sehr kleinen Zeitraum von lediglich zwei Monaten erstreckt. Da ist es umso mehr ins Gewicht gefallen, dass sich das öffentliche Ansehen des Bundespräsidenten binnen vier Wochen praktisch ins Gegenteil verkehrt hat. Im Rahmen einer Befragung des *ARD-Deutschlandtrends* haben am 21. Dezember 2011 noch 79 Prozent der Bevölkerung einen Rücktritt Wulffs kategorisch abgelehnt. Am 19. Januar 2012 hat bereits die Mehrheit für einen Rücktritt des Bundespräsidenten votiert.⁵ Ob für diese Entwicklung tatsächlich konkrete Ursachen in Wulffs Krisenmanagement auszumachen sind, soll im Verlauf dieser Arbeit mithilfe der Befragung von fünf ausgewiesenen Experten geklärt werden. Der Forschungsansatz dieser Arbeit bildet sich also in der Fragestellung ab: Hat das Krisenmanagement des Bundespräsidenten die Krise um seine Person verschärft?

Sich dieser Problematik anzunähern gedenkt der Autor auf Basis eines breit angelegten Literaturstudiums. Dazu nimmt er in Kapitel 2 zunächst eine eingehende Definition des Krisenbegriffs vor und leitet davon ausgehend verschiedene Krisenarten und -typen ab. Nebst versucht er, differente Krisenphasen zu identifizieren und deren Verlauf zu charakterisieren.

Kapitel 3 dient der Hinwendung auf die kommunikative Erwartungshaltung und die zu erbringenden Leistungen innerhalb einer Krise. Dazu wird der Begriff der Krisenkommunikation im großen Feld der Public Relations eingeordnet und der Versuch unternommen, konkrete Anforderungen und Ziele von Krisen-PR zu formulieren. Die angereicherten Handlungsempfehlungen und Strategieoptionen sollen im Zuge der späteren Gesamtbewertung des Falles Wulff abermals als prüfende Kriterien herangezogen werden.

In Kapitel 4 widmet sich der Autor dem speziellen Beziehungsgeflecht zwischen Medien und Politikern. Vor diesem Hintergrund eröffnet er einen Exkurs über das innige Verhältnis von Christian Wulff und der Bild-Zeitung.

Kapitel 5 ist Basisvoraussetzung für das Verständnis und die Beurteilung des Krisenfalls Wulff. Dazu listet der Autor die Geschehnisse der Causa

⁵ Vgl. ARD-Deutschlandtrend vom 19. Januar 2011 – online abrufbar unter:
<http://www.tagesschau.de/inland/deutschlandtrend1446.html> – zuletzt am 1. August 2012

chronologisch nach markanten Eckpunkten auf – angefangen von der Bild-Berichterstattung über den umstrittenen Hauskredit am 12. Dezember 2011 bis hin zu Wulffs Rücktrittserklärung am 17. Februar 2012. So werden etwa die Vorwürfe gegen Wulff in der Sache des umstrittenen Hauskredits, sein Mailboxanruf beim Chefredakteur der Bild-Zeitung⁶, *Kai Diekmann*, und die fragwürdige Beziehung zu Unternehmer *David Groenewold* ausführlich thematisiert. Gleichzeitig soll das mediale Echo des Bundespräsidenten dar- und eine erste Überprüfung seiner kommunikativen Handlungen angestellt werden.

In Kapitel 6 werden die Erkenntnisse des Literaturstudiums zusammengefasst und in den thematischen Gesamtzusammenhang eingeordnet. Basierend auf dieser Vorleistung leitet der Autor seine Arbeitshypothesen ab, mittels derer er die Forschungsfrage auf ihre Konsistenz hin überprüfen will.

Kapitel 7 kennzeichnet die eigentliche empirische Untersuchungsleistung dieser Arbeit. Mittels leitfadengestützter Interviews werden fünf ausgewählte Themenexperten zu relevanten Sachfragen der Wulff-Krise befragt. Ihre Aussagen sollen vergleichend miteinander analysiert werden. Der Autor erhofft sich durch diesen Schritt zusätzlich zu seinen theoretischen Vorleistungen einen fundierten Erkenntnisgewinn.

Kapitel 8 fasst die zentralen Erkenntnisse der Expertenbefragungen zusammen, zieht diese für die Auswertung heran und stellt die zu Tage geförderten Ergebnisse abermals in einen Gesamtzusammenhang. Darüber hinaus beabsichtigt der Autor, die Lehren des Falles Wulff unter dem Deckmantel der Krisenkommunikation als Ganzes zu betrachten.

In Kapitel 9 liefert der Autor abschließend noch Anreize für die aufbauende Forschung, für die die Erkenntnisse seiner Arbeit als Grundlage herangezogen werden können.

Die Krisenkommunikation im Fall Wulff ist bislang wissenschaftlich kaum untersucht worden. *Artt/Storz* haben eine Fallstudie mit dem Namen „Bild und Wulff – Ziemlich beste Partner“ vorgelegt, auf die innerhalb dieser Arbeit (Kapitel 4 und 5) eingehend Bezug genommen wird. Sie rückt jedoch nicht die Krisenkommunikation des Bundespräsidenten als solche, sondern sein spezielles mediales Verhältnis in den Mittelpunkt.

⁶ Weil die Bild-Zeitung im Verlauf dieser Arbeit an diversen Stellen namentlich erwähnt wird, verzichtet der Autor im Gegensatz zu anderen Medien auf eine kursive Schreibweise des Namens

Als weiterer inhaltlicher Anreiz kann die Langzeitstudie von *Geiger/Steinbach* herangezogen werden. Die Autoren haben bereits Mitte der 90er Jahre die Entwicklung politischer Skandale in Deutschland von 1949 bis 1993 analysiert. Ihre Ergebnisse werden ebenfalls an entsprechenden Stellen dieser Arbeit (vorrangig Kapitel 4) zu Rate gezogen.

Da ansonsten bis dato keine weiteren repräsentativen Forschungsergebnisse zu dem Thema Krisenkommunikation im Fall Wulff veröffentlicht worden sind, kann dem Vorhaben der vorliegenden Arbeit nach *Diekmann* ein explorativer Charakter zugeschrieben werden.⁷

2. Die Krise und ihre Merkmale

2.1 Was ist eine Krise?

Die alten Griechen müssen in vollendeter Weisheit gelebt haben. Ausgerechnet sie haben vor Urzeiten eine Bezeichnung aus der Taufe gehoben, die heute über das Schicksal ihrer Nachfahren entscheidet. Der Begriff Krise stammt vom griechischen „krisis“ ab und wurde einst als der Bruch einer kontinuierlichen Entwicklung gesehen. Inzwischen steht der Begriff für eine existenzbedrohende Situation oder benennt eine Entscheidungssituation, die den Höhepunkt einer gefährlichen Entwicklung darstellt.⁸ Einem exakt solchen Szenario sieht sich der hochverschuldete Staat Griechenland aktuell ausgesetzt.

Da mutet es fast grotesk an, dass die „krisis“ einst auch als Unterhaltungselement eingesetzt wurde, etwa im antiken Drama. Dort tritt sie als alles entscheidender Höhepunkt auf, der das Geschick des Protagonisten entweder ins Tragische oder ins Erlösende wendet.⁹ Der Krise voraus geht turnusgemäß der Konflikt – eine Auseinandersetzung zweier Personen, Parteien etc., bei der die eine Seite etwas beansprucht oder fordert, was die andere Seite ignoriert oder zurückweist. Können die Beteiligten einen Konflikt nicht beilegen, kann daraus eine Krise resultieren.¹⁰

Nicht unerwähnt bleiben soll, dass der Krise bisweilen auch ein etymologischer Ursprung im Lateinischen nachgesagt wird. Dort wird „crisis“ als Vokabel der Medizin verwendet, die den Höhe- und Wendepunkt einer Krankheit beschreibt.¹¹ *Merten* macht auf die Mehrdeutigkeit des Wortes Krise aufmerksam. So charakterisiere es sowohl eine allgemeine, ungewisse schwierige Lage oder Situation als auch einen Zeitabschnitt, in dem eine Entscheidung gefällt oder eine zu bildende Meinung (im Sinn von Kritik) erzeugt werden oder eine entscheidende Wendung eintreten muss.¹²

⁷ Vgl. Diekmann, 2007, S. 33 f.

⁸ Vgl. Herbst, 1999, S. 1

⁹ Vgl. Ditges/Höbel/Hofmann, 2008, S. 12

¹⁰ Vgl. Ebd.

¹¹ Vgl. Apitz, 1987, S. 15f.

¹² Vgl. Merten, 2005, S. 17

In der einschlägigen Marketingliteratur werden Krisen etwas gestelzt als „unregelmäßige, nicht lineare und unvorhersehbare Störungen von Dynamik in verschiedenen Intervallen“ gekennzeichnet.¹³ Mit Blick auf das betriebswirtschaftliche Ausmaß von Krisen nimmt *Krystek* eine umfassendere Einordnung des Begriffs vor. Krisen könnten demnach verstanden werden als „ungeplante und ungewollte Prozesse von begrenzter Dauer und Beeinflussbarkeit, sowie mit ambivalentem Ausgang. Sie sind in der Lage, den Fortbestand der gesamten Unternehmung substantiell und nachhaltig zu gefährden oder sogar unmöglich zu machen. Dies geschieht durch die Beeinträchtigung bestimmter Ziele, deren Gefährdung oder gar nicht Erreichung gleichbedeutend ist mit einer nachhaltigen Existenzgefährdung oder Existenzvernichtung“.¹⁴

Nimmt die Entwicklung eines Ereignisses eine extreme Form, einen dauerhaft negativen Verlauf an, spricht man von einer Katastrophe (Kompositum aus dem griechischen *katá* [„herab-“, „nieder-“] und *stréphein* [„wenden“], also eigentlich „Wendung zum Niedergang“).¹⁵ Vor diesem Hintergrund ist auch der Definitionsansatz im Bereich des staatlichen Krisenmanagements einzustufen. Eine Krise von dieser Tragweite kann demnach verstanden werden als „eine vom Normalzustand abweichende Lage, die durch ein Risikopotenzial gekennzeichnet ist, das Gefahren und Schäden für Leib und Leben von Menschen oder bedeutende Sachwerte oder schwerwiegende Gefährdungen des politischen, sozialen oder wirtschaftlichen Systems in sich birgt“.¹⁶

Merten zufolge können sich Krisen nicht nur auf Behörden, Organisationen und (Staats-)Apparate, sondern auch auf Personen erstrecken.¹⁷ Deshalb hat die Literatur auch persönliche Auswirkungen einer Krise im Blick. Laut *Ditges/Höbell/Hofmann* ist sie für betroffene Person oft von bedrohlichem Charakter, weil sie bisherige Erfahrungen, Normen, Ziele und Werte infrage stellt.¹⁸ „Krisen legen persönliche Defizite offen. Für Betroffene sind sie Grenzerfahrungen, die Alltagsroutinen durchbrechen, in hohem Maße verunsichern, Selbstbilder ins Wanken bringen. An den Kontrollverlust, das

¹³ Zitiert nach Klante, 2004

¹⁴ Zitiert nach Krystek, 1987, S. 5

¹⁵ Vgl. BMI, 2008, S. 8

¹⁶ Zitiert nach o.g.V., S. 8

¹⁷ Vgl. Merten, 2005, S. 17

¹⁸ Vgl. Ditges/Höbel/Hofmann, 2008, S. 54

Gefühl der diffusen Bedrohung, an das ungesicherte, existenzielle Ausgeliefertsein an einen unbeherrschbaren Prozess erinnert sich niemand gern“.¹⁹

Rother erstellt eine Art Schadenbericht von dem, was Krisen alles anrichten können. Krisen besitzen demnach folgende Eigenschaften:²⁰

- Sie sind Wende- oder Höhepunkt einer potenziell gefährlichen Entwicklung, das heißt, sie können sich entweder positiv oder negativ auf ein Unternehmen, eine Organisation oder eine Person auswirken.
- Sie sind meist plötzliche, ungeplante, ungewollte und zeitlich begrenzte Ereignisse, die sich durch Situationen des Risikos, der Unsicherheit und des Zeitdrucks auszeichnen.
- Sie sind dynamisch und komplex.
- Sie bedrohen persönliche Ziele.
- Sie können Reputation oder Image zerstören.
- Sie können im Extremfall Existenzen vernichten.

Es mag verwunderlich anmuten ob der vorangegangenen Auflistung, doch nicht alles an einer Krise ist schlechter Natur – im Gegenteil. Unternehmen oder Personen können durchaus gestärkt aus einer Krise hervorgehen und positive Aspekte aus der Krise ziehen.²¹ „Die Krise hat auch ein zweites Gesicht: Sie ist die Chance zur wirklichen Veränderung. Ohne Krise gibt es keine Weiterentwicklung.“²² Dieser Punkt wird in Kapitel 3 noch ausführlicher abgehandelt.

2.2 Krisenarten und -typen

Eine Krise gefährdet Image und die Glaubwürdigkeit einer Marke, einer Person oder eines Unternehmens. Zu ihren typische Merkmalen zählen: überraschendes

¹⁹ Zitiert nach Strätling, 2004, S. 31

²⁰ Vgl. im Folgenden Rother, 2003, S. 28

²¹ Vgl. Abbrederis, 2008, S. 6

²² Zitiert nach Strätling, 2004, S. 37

Auftreten, ungewöhnlicher Verlauf, unvorhersehbare Ergebnisse.²³ Sie lässt sich oft nicht vorhersagen und nie am Reißbrett konzipieren. Sie kann auftreten, muss aber nicht.²⁴ Gemessen an dem Grad ihrer öffentlichen Wahrnehmung, müssen Krisen von Mal zu Mal neu bewertet, aufbereitet und definiert werden.²⁵

Mit Blick auf die Erscheinungsform einer Krise können dennoch verschiedene Krisenarten oder -typen differenziert werden. Sie unterscheiden sich hinsichtlich ihres Charakteristikums. *Ditges/Höbel/Hoffmann* sondieren zunächst rein oberflächlich zwischen Schadensereignis, Personenkrise, Naturkatastrophe, Entführung, Produkterpressung und Produktkrise. Nebst werden eine feindliche Übernahme, potentielle Gefahren, die im Laufe eines Gesetzgebungsverfahrens lauern, die wirtschaftlich-rechtlichen Rahmenbedingungen, die Bedrohung des Ansehens sowie eine Informationskrise als Krisentypus angefügt.²⁶ Dies alles geschieht allerdings vordergründig unter unternehmerischen Gesichtspunkten. Da sich die vorliegende Arbeit jedoch ausschließlich auf die Belange des Bundespräsidenten Christian Wulff fokussiert, kann für die weiteren Untersuchungsschritte eine Personenkrise als Grundlage herangezogen werden.

Interessanter erscheint eine tiefgehendere Betrachtung von Krisen im Hinblick auf die Art und Weise ihres Auftretens: In der Literatur werden mitunter drei wesentliche Stufen von Krisen unterschieden: der Skandal, die Welle und die schleichende Krise.²⁷ Der Skandal als überspitzte Form der Krise tritt plötzlich und unvorbereitet auf. Der Zeitpunkt des Einsetzens ist nicht vorherzusehen. „Dies ist die skandalträchtigste Situation, auf die die Medien in besonderer Weise ansprechen“.²⁸

Die wellenförmige Krise hingegen ist geprägt durch kurzes Aufkeimen und sofortiges Abebben nach kurzer Eskalation. *Möhrle* will diese Form als „Dauerkrise mit unterschiedlichen thematischen Variationen und Konjunkturen“ verstanden wissen.²⁹ Bei der Welle muss demzufolge nicht zwingend ein Thema im Fokus der Medien der Öffentlichkeit stehen. Es ist ebenso gut möglich, dass

²³ Vgl. *Ditges/Höbel/Hofmann*, 2008, S. 13

²⁴ Ebd. S. 17

²⁵ Vgl. *Möhrle*, 2004, S. 19

²⁶ Vgl. *Ditges/Höbel/Hofmann*, 2008, S. 6

²⁷ Vgl. *Neujahr*, 2005, S. 36

²⁸ Zitiert nach o.g.V., S. 36

²⁹ Zitiert nach *Möhrle*, 2007, S. 23