

Vorwort

Kaum ein anderes betriebswirtschaftliches Thema findet derzeit in der Öffentlichkeit eine so breite Beachtung wie das der Unternehmenskrise. Die Fach- und Wirtschaftspresse ist voll von Berichten über Krisen von Unternehmen und über jeweils mehr oder weniger erfolgreiche Versuche, diese Krisen in den Griff zu bekommen. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch: Krise ist nicht gleich Krise. So sind beispielsweise die Probleme des Karstadt-Konzerns oder der Deutschen Bahn Prozesse und Ergebnisse langfristiger Krisenentwicklungen, da sowohl das veränderte Marktverhalten auf der Nachfrageseite über einen längeren Zeitraum absehbar war als auch die Unternehmensstrategien ihre beabsichtigten Wirkungen nicht nur kurzfristig nicht entfalteten. Hingegen musste die Deutsche Lufthansa im Zuge der SARS-Epidemie ob ihres plötzlichen Ausbruchs kurzfristig einen Nachfragerückgang um 80% verkraften. Auch bei Coppenrath & Wiese, einem Hersteller von Fertigmöbeln und Backwaren, der sich aufgrund eines Todesfalles bei einem seiner Kunden über Nacht mit dem Vorwurf vermeintlich toxischer Torten konfrontiert sah, handelt es sich um eine plötzlich entstehende Krise.

Dieser zweite, kurzfristig emergent werdende Krisentypus soll als **Ad-hoc-Krise** bezeichnet werden. Sie zeichnet sich im Gegensatz zum „Normaltypus“ der Unternehmenskrise nicht durch vorausgehende Entwicklungen und Ereignisse im System und seinen Umwelten ab. Sie tritt unvermittelt ein, so dass die existenzielle Gefährdung und deren Wahrnehmbarkeit zeitlich eng beieinander liegen. Damit ergeben sich kaum Möglichkeiten für ein präventives bzw. proaktives Krisenmanagement – auch wenn die Ad-hoc-Krise gedanklich vielleicht antizipierbar sein mag. Denn Reaktionszeiten und Gestaltungspotenziale palliativer wie ätiologischer Krisenvermeidungs- und Krisenbewältigungsmaßnahmen sind deutlich begrenzter als beim Regelfall der Unternehmenskrise. Aufgrund dieser Eigenschaften muss die Ad-hoc-Krise als spezielle Form von Unternehmenskrisen behandelt werden. Dies ist bislang in der betriebswirtschaftlichen Literatur kaum – und wenn, dann eher implizit – geschehen. Deshalb setzt sich der vorliegende Sammelband die Aufgabe, das Phänomen der Ad-hoc-Krise und mögliche Managementansätze zu deren Vermeidung bzw. Bewältigung systematisch – doch mit klaren Akzenten auf besonders wichtig erscheinenden Aspekten – der betriebswirtschaftlichen Diskussion erschließen zu wollen.

Wir, die Herausgeber, würden uns sehr freuen, wenn dieser Sammelband auf breites Interesse stoßen würde. Es ist unsere Absicht, ManagementpraktikerInnen, ManagementforscherInnen und Managementstudierende für die Problemkreise der Ad-hoc-Krisen zu sensibilisieren und hierzu einen Überblick zu geben. Wir hoffen, dass uns dies gelungen ist und wir mit diesem Reader einen nachhaltigen, fundierten Impuls für die Diskussion über das Management von Ad-hoc-Krisen leisten konnten.

Das vorliegende Werk ist Ergebnis der produktiven Arbeit und des gelungenen Zusammenspiels vieler Beteiligten. Wir danken herzlich allen Autoren für ihre wertvollen Beiträge, die unserer Meinung nach ein facettenreiches, umfassendes und spannendes Bild vom Management der Ad-hoc-Krisen zeichnen. Ohne die vielfältige Unterstützung zahlreicher helfender Hände und Köpfe hätten wir diesen Reader nicht realisieren können. Deshalb sei an erster Stelle Herrn Dipl.-Kfm. (FH) Nils Schulenburg, M.A. für die professionelle redaktionelle Koordination und Bearbeitung bestens gedankt. Unterstützt haben ihn Frau cand. rer. oec. Eva Rohde, Frau cand. rer. oec. Mareike Rautmann und Herr cand. rer. oec. Sven Nordenholz, die sorgfältig das Layouten der Texte übernommen haben, wofür ihnen unser besonderer Dank gilt. Nicht zuletzt möchten wir dem Gabler-Verlag, vertreten durch Frau Ulrike Lörcher, M.A. und Frau Katharina Harsdorf, M.A. für die Betreuung unserer Veröffentlichung unseren freundlichsten Dank aussprechen.

Bremen, im April 2005

Christoph Burmann, Jörg Freiling und Michael Hülsmann