

**Abstract:** In Zeiten von permanenten Disruptionen sehen sich Unternehmen zunehmend mit Krisen konfrontiert. Neben bekannten Krisensituationen entwickeln sich ständig neue Krisenursachen und Krisentypen. Die Relevanz eines proaktiven Krisenmanagements und einer gelungenen Krisenkommunikation nimmt infolgedessen deutlich zu. Für den Unternehmenserfolg wird es immer entscheidender, Krisen rechtzeitig zu antizipieren und sich effektiv auf kritische Situationen vorzubereiten. Die Master-Arbeit greift diese Thematik auf und beleuchtet explizit die Bereiche Krisenprävention und Krisenvorbereitung mit besonderem Fokus auf die Krisenkommunikation. Im Zentrum dieser Untersuchung stehen Fragen zum aktuellen Krisenbewusstsein in Unternehmen und zu Instrumenten sowie Maßnahmen, die in der Praxis im Vergleich zur Theorie gegenwärtig zum Einsatz kommen. Die konkreten forschungsleitenden Fragen lauten:

*F<sub>1</sub>: Wie ist das aktuelle Krisenbewusstsein und die aktuelle Krisenerwartung in Unternehmen? Mit welchen Typen und Ursachen einer Krise setzen sich Unternehmen aktiv auseinander?*

*F<sub>2</sub>: Inwiefern unterscheiden sich die praktischen Maßnahmen zur Krisenprävention und Krisenvorbereitung in Unternehmen von theoretischen Empfehlungen? Welche Rolle spielt insbesondere die Kommunikation?*

Zur Beantwortung dieser Fragen werden theoretische Grundlagen umfassend behandelt und in Frameworks zusammenfassend dargestellt. Um Theorie und Praxis abzugleichen, wurden sieben Experteninterviews durchgeführt. Alle Experten sind Führungskräfte, die eng mit dem Thema Krisenmanagement und Krisenkommunikation in ihren jeweiligen Unternehmen verbunden sind.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Thematik Krisenmanagement in den Unternehmen an Bedeutung gewinnt und aktive Bemühungen zur Krisenprävention und zur Krisenvorbereitung unternommen werden. Dabei kommt eine Vielzahl an Instrumenten und Maßnahmen zum Einsatz. Insbesondere die Visibilität des Unternehmens in der Öffentlichkeit, aber auch die Unternehmensgröße und die jeweilige Branche beeinflussen maßgeblich die Vorgehensweise. Für alle Befragten ist der Kommunikationsfaktor von entscheidender Bedeutung, um erfolgreiches Krisenmanagement zu betreiben.

**Art der Arbeit:** Master-Arbeit

**Verfasserin:** Lena Coster

**LinkedIn:** [www.linkedin.com/in/lena-coster-5137a41b9](https://www.linkedin.com/in/lena-coster-5137a41b9)