

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis.....	9
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	11
1 Kontrollverlust im politischen Skandal	13
1.1 Über die Zerbrechlichkeit politischer Karrieren	18
1.2 Konturen der interdisziplinären Skandalforschung	24
1.3 Worum es in dieser Studie geht	33
2 Geschichten von Macht und Ohnmacht	43
2.1 Ulla Schmidt und die <i>Dienstwagenaffäre</i> (2009)	43
2.2 Karl-Theodor zu Guttenberg in der <i>Plagiatsaffäre</i> (2011)	48
2.3 Christian Wulff und die <i>Kredit- und Medienaffäre</i> (2011/2012).....	54
2.4 Die <i>Drohnen-Affäre</i> um Thomas de Maizière (2013).....	59
3 Die Logik von Angriff und Verteidigung.....	65
3.1 Definition des Skandalbegriffs	66
3.2 Politischer Skandal und politisches System.....	70
3.3 Skandalisierungsprozesse in der Mediendemokratie	75
3.4 Skandalmanagement als Kommunikationsleistung	80
4 In der Defensive: Reagieren unter Druck.....	97
4.1 Prozesse der vormedialen Skandalisierung.....	99
4.2 Der Einfluss von Zeitdruck und Unsicherheit	113
4.3 Von der passiven zur aktiven Krisenkommunikation.....	124

5	Rollenverteilung im Verteidigungsfall	131
5.1	Der Skandalisierte als Protagonist der Affäre.....	137
5.2	Sprecher und Pressereferate.....	141
5.3	Staatssekretäre.....	146
6	Optimierung des Krisenmanagements.....	151
6.1	Die Inszenierung von Medienereignissen.....	152
6.2	Professionalisierung der Außendarstellung	163
7	Typologie der Reaktionsstrategien	181
7.1	Dementi.....	187
7.2	Transformative Umdeutung	189
7.3	Reformative Umdeutung.....	194
7.4	Motivationale Umdeutung	198
7.5	Übernahme von Verantwortung.....	200
7.6	Additive Strategien	205
8	Die Sprache der Selbstverteidigung	213
8.1	Negativitätsreduktion in der <i>Dienstwagenaffäre</i>	216
8.2	Dementi und Umdeutung in der <i>Plagiatsaffäre</i>	219
8.3	Strategiepluralismus in der <i>Kredit- und Medienaffäre</i>	223
8.4	Verantwortungsübertragung und Negativitätsreduktion in der <i>Drohnen-Affäre</i>	232
8.5	Einsatz der additiven Strategien im Vergleich.....	239
9	Die Erosion von Glaubwürdigkeit.....	253
9.1	Diskrepanzen zwischen vermittelten und berichteten Informationen.....	256
9.2	Widersprüche zwischen den Darstellungen desselben Akteurs.....	272
9.3	Abweichungen in den Äußerungen verschiedener Akteure.....	280
9.4	Gegensätze von Anspruch und Wirklichkeit	286

10 Fazit: Präsenz versus Präzision	293
10.1 Ergebnisse der Untersuchung	295
10.2 Schlussfolgerungen für Skandalisierte.....	310
Quellen- und Literaturverzeichnis	319
Primärquellen.....	319
Sekundärliteratur.....	334
Anhang.....	365
Anhang 1: Dokumentation der <i>Dienstwagenaffäre</i>	366
Anhang 2: Dokumentation der <i>Plagiatsaffäre</i>	373
Anhang 3: Dokumentation der <i>Kredit- und Medienaffäre</i>	379
Anhang 4: Dokumentation der <i>Drohnen-Affäre</i>	396
Anhang 5: Medialisierung der Skandalkommunikation	417
Anhang 6: Umfragewerte der Skandalisierten.....	419
Dank.....	421