

# Inhalt

## Einleitung

Welche Theorien für welche PR? .....	9
--------------------------------------	---

## Grundlagen und Systematisierungen

*Otfried Jarren/Ulrike Röttger*

Steuerung, Reflexierung und Interpenetration: Kernelemente einer strukturationstheoretisch begründeten PR-Theorie.....	29
---	----

*Klaus Merten*

Zur Theorie der PR-Theorien

Oder: Kann man PR-Theorien anders als systemisch modellieren? .....	51
---	----

*Manfred Rühl*

Für Public Relations?

Ein kommunikationswissenschaftliches Theoriebouquet! .....	71
--	----

*Lars Rademacher*

PR als ‚Literatur‘ der Gesellschaft?

Plädoyer für eine medienwissenschaftliche Grundlegung des Kommunikationsmanagements.....	87
---	----

## Fokus: Organisation und Gesellschaft

*Matthias Kussin*

PR-Stellen als Reflexionszentren multireferentieller Organisationen .....	117
---	-----

*Peter Szyszka*

Organisation und Kommunikation

Integrativer Ansatz einer Theorie zu Public Relations

und Public Relations-Management .....	135
---------------------------------------	-----

*Howard Nothhaft / Stefan Wehmeier*

Vom Umgang mit Komplexität im Kommunikationsmanagement

Eine soziokybernetische Rekonstruktion .....	151
--	-----

*Lothar Rolke*

Public Relations – die Lizenz zur Mitgestaltung öffentlicher Meinung

Umrisse einer neuen PR-Theorie .....	173
--------------------------------------	-----

**Fokus: Dualität von Theorie und Praxis***Susanne Femers*

- PR-Theorie? PR-Theorie! Plädoyer für eine wissenschaftliche und fachliche Fundierung der Public Relations durch Theoriebildung und reflektiertes Handeln im Berufsfeld ..... 201

*Klaus Kocks*

- PR-Theorien – Vergebliche Versuche in der Halbwelt amerikanisierter Wissenschaft ..... 213

*Michael Kunczik*

- PR-Theorie und PR-Praxis: Historische Aspekte ..... 223

**Spezielle Aspekte***Mark Eisenegger/Kurt Imhof*

- Funktionale, soziale und expressive Reputation – Grundzüge einer Reputationstheorie ..... 243

*Juliana Raupp*

- Medialisierung als Parameter einer PR-Theorie ..... 265

*Barbara Baerns*

- Öffentlichkeitsarbeit und Erkenntnisinteressen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ..... 285

*Manfred Bruhn/Grit Mareike Ahlers*

- Zur Rolle von Marketing und Public Relations in der Unternehmenskommunikation  
Bestandsaufnahme und Ansatzpunkte zur verstärkten Zusammenarbeit ..... 299

- Autorenverzeichnis ..... 317