
Inhaltsverzeichnis

Die Differenz einer Einheit. Anmerkungen zur vierten Auflage	1
Peter Szyszka, Romy Fröhlich und Ulrike Röttger	
Grundlagen der Public Relations. Einführung in die Ideengeschichte	7
Peter Szyszka	
Teil I Public Relations als Forschungsfeld	57
Historische PR-Forschung: Entwicklung und Status quo	59
Peter Szyszka	
Public Relations und Systemtheorie	81
Peter Szyszka	
Public Relations aus strukturationstheoretischer Perspektive	99
Ulrike Röttger	
Public Relations aus neo-institutionalistischer Perspektive	117
Swaran Sandhu	
Public Relations und die CCO-Perspektive	135
Peter Winkler und Dennis Schoeneborn	
Public Relations aus Perspektive der kritischen Forschung	153
Lisa Dühning und Melanie Malczok	
Berufsfeld Public Relations: Gegenstand und Strukturen	175
René Seidenglanz und Günter Bentele	
Tätigkeitsprofile und Professionalisierungsprozesse	193
Romy Fröhlich	
Feminisierung des Berufsfeldes Public Relations	215
Romy Fröhlich	
Public Relations und der Stakeholder-Ansatz	233
Matthias Karmasin	

Grundlagen des Public-Relations-Management	253
Ulrike Buchholz und Susanne Knorre	
Public-Relations-Management und Wertschöpfung	273
Howard Nothhaft	
Public Relations und Journalismus	293
Olaf Hoffjann	
Methoden der empirischen PR-Forschung	315
Thomas Koch	
Teil II Schlüsselbegriffe der Public Relations	333
Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	335
Juliana Raupp	
Beziehungen und Beziehungsverhältnisse	359
Peter Szyszka	
Legitimität und Akzeptanz	383
Felix Krebber und Swaran Sandhu	
Image und Reputation	403
Sabine Einwiller	
Vertrauen und Glaubwürdigkeit	431
Jens Seiffert-Brockmann und Kerstin Thummes	
Issues, Frames und Thematisierung	455
Mark Eisenegger und Sarah Marschlich	
Dialog und Verständigung	477
Kerstin Thummes	
Persuasion, Einfluss und Wirkung	497
Volker Gehrau	
Teil III Public Relations im Kontext gesellschaftlicher Handlungsfelder	515
Public Relations von Unternehmen	517
Lisa Dühring	
Politische Public Relations	539
Juliana Raupp	
Public Relations für öffentliche Verwaltungen	561
Ulrike Röttger	

Public Relations von Non-Profit-Organisationen und NGOs	581
Romy Fröhlich	
Public Relations von Wissenschaftsorganisationen	603
Birte Fähnrich	
Public Relations von Verbänden	623
Olaf Hoffjann	
Public Relations von Staaten (Nation Branding) und Public Diplomacy	641
Diana Ingenhoff	
Teil IV Public Relations als Managementfunktion: Ausgewählte Funktionen und Tätigkeitsfelder	663
Medienarbeit (Journalismus und Influencer)	665
Peter Szyszka und Thomas Pleil	
Interne Kommunikation	687
Ulrike Buchholz und Melanie Malczok	
Finanzmarktkommunikation	705
Christian Pieter Hoffmann	
Public Affairs	721
Olaf Hoffjann	
Public Relations im Absatzmarkt	741
Peter Szyszka	
Verantwortungskommunikation von Unternehmen	761
Ulrike Röttger und Anna Dudenhausen	
Konflikt- und Krisenkommunikation	785
Andreas Schwarz	
Veränderungskommunikation/Change Communication	807
Helena Stehle	
Innovationskommunikation	823
Claudia Mast und Klaus Spachmann	
Interkulturelle und transnationale Kommunikation	841
Simone Huck-Sandhu	
Public Relations als externe Kommunikationsdienstleistung	861
Reinhold Fuhrberg	

Teil V PR-Arbeit in der Anwendungspraxis	883
Issues Management: Funktion und Verfahren	885
Lars Harden	
Strategische Kommunikationsplanung	903
Peter Szyszka und Zlatka Pavlova	
Kommunikationscontrolling und PR-Evaluation	925
Sophia Charlotte Volk und Ansgar Zerfaß	
Sprache in der PR-Arbeit	945
Christian Schwägerl und Peter Stücheli-Herlach	
Storytelling	965
Florian Krüger	
Kampagnenkommunikation	979
Ulrike Röttger und Sarah Ecklebe	
Online-Kommunikation und Social Media	999
Peter Winkler und Thomas Pleil	
Corporate Publishing/Corporate Media und Content Marketing	1015
Günter Bentele und Tobias Liebert	
Ethische Grundlagen der PR	1035
Günter Bentele und Lars Rademacher	
Rechtliche Grundlagen der PR	1057
Maja Malik	
Teil VI Herausforderungen und Perspektiven	1075
Digitale Transformation als Herausforderung der Public Relations	1077
Peter Winkler und Jannik Kretschmer	
Hybridisierung als Innovationsstrategie	1097
Olaf Hoffjann	
Wandlungsorientiertes Kommunikationsmanagement	1117
Peter Dietrich	