

Inhalt

Vorwort.....	9
Einleitung.....	13
Teil 1	
Disziplinäre Perspektiven.....	17
Public Relations aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht (<i>Otfried Jarren/Ulrike Röttger</i>).....	19
Public Relations aus organisationssoziologischer Perspektive (<i>Anna Maria Theis-Berglmair</i>).....	37
Public Relations aus sozialpsychologischer Sicht (<i>Susanne Femers</i>).....	50
Public Relations aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften (<i>Markus Will</i>).....	62
Public Relations aus politikwissenschaftlicher Sicht (<i>Silke Adam/Barbara Berkel/Barbara Pfetsch</i>).....	78
Teil 2	
Theorien: Ansätze und Modelle.....	91
Definitionen und Praktikertheorien	
Die Problematik der PR-Definition(en) (<i>Romy Fröhlich</i>).....	95
Praktikertheorien (<i>Michael Kunczik/Peter Szyszka</i>).....	110

Allgemeine Theorieansätze

Systemtheoretisch-gesellschaftsorientierte Ansätze (<i>Manfred Rühl</i>).....	125
Konstruktivistischer Ansatz (<i>Klaus Merten</i>).....	136
Ein rekonstruktiver Ansatz der Public Relations (<i>Günter Bentele</i>).....	147
Organisationsbezogene Ansätze (<i>Peter Szyszka</i>).....	161
Kritische Ansätze: ausgewählte Paradigmen (<i>Joachim Westerbarkey</i>).....	177
Spezielle Ansätze mittlerer Reichweite	
Determinationsthese (<i>Juliana Raupp</i>).....	192
Intereffikationsmodell (<i>Günter Bentele</i>).....	209
Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (<i>Roland Burkart</i>).....	223
PR-Verständnis im Marketing (<i>Peter Szyszka</i>).....	241
Public Relations im Kontext der Unternehmenskommunikation (<i>Nikodemus Herger</i>).....	254
Stakeholder Management als Ansatz der PR (<i>Matthias Karmasin</i>).....	268
Amerikanische Einflüsse	
Systemtheoretisch-kybernetische Ansätze aus den USA und ihre Rezeption im deutschen Sprachraum (<i>Stefan Wehmeier</i>).....	281

Teil 3

Schlüsselbegriffe und Bezugsgrößen	295
---	-----

Kommunikation und Persuasion

<i>(Klaus Merten)</i>	297
-----------------------------	-----

Organisation und Organisationsinteresse

<i>(Peter Szyszka)</i>	309
------------------------------	-----

Identität und Image

<i>(Reinhold Bergler)</i>	321
---------------------------------	-----

Öffentlichkeit und öffentliche Meinung

<i>(Anna Maria Theis-Berglmair)</i>	335
---	-----

Vertrauen und Glaubwürdigkeit

<i>(Günter Bentele/René Seidenglanz)</i>	346
--	-----

Themen der Öffentlichkeit und Issues Management

<i>(Patrick Rössler)</i>	362
--------------------------------	-----

Teil 4

Öffentlichkeitsarbeit als berufliches Handeln	379
--	-----

Berufsgeschichte

Bundesrepublik Deutschland

<i>(Peter Szyszka)</i>	382
------------------------------	-----

Schweiz

<i>(Ulrike Röttger)</i>	396
-------------------------------	-----

Österreich

<i>(Karl Nessmann)</i>	407
------------------------------	-----

Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR

<i>(Günter Bentele)</i>	415
-------------------------------	-----

Berufsrollen und Berufsfelder

Public Relations als Beruf: Entwicklung, Ausbildung und Berufsrollen

<i>(Romy Fröhlich)</i>	431
------------------------------	-----

Berufsfeld Wirtschaft <i>(Lothar Rolke)</i>	444
Berufsfeld Politik <i>(Jens Tenscher/Frank Esser)</i>	458
Berufsfeld Verbände <i>(Beatrice Dernbach)</i>	468
Berufsfeld Kommunen/kommunale PR <i>(Tobias Liebert)</i>	482
Berufsfeld Non-Profit-PR <i>(Jan Tonnemacher)</i>	493
Kommunikationshandeln	
Aufgabenfelder <i>(Ulrike Röttger)</i>	501
Konzeption strategischer PR-Arbeit <i>(Michael Behrent)</i>	511
Risikokommunikation und Konflikt <i>(Georg Ruhrmann)</i>	524
Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation <i>(Ansgar Zerfuß)</i>	536
Normative Grundlagen	
Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit <i>(Udo Branahl)</i>	552
Ethik der Public Relations – Grundlagen und Probleme <i>(Günter Bentele)</i>	565
Teil 5	
Lexikon	578
Schlagwortregister	631
Autorinnen und Autoren	637