

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 Zerfaß</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