

Inhaltsverzeichnis

Strategische Kommunikation im Spannungsfeld von Gemeinwohl und Partikularinteressen: Eine Einleitung	1
Kerstin Thummes, Anna Dudenhausen und Ulrike Röttger	
Perspektiven und Kritik gemeinwohlorientierter Ansätze der strategischen Kommunikation	
Gemeinwohlorientierung und Public Relations: Mär oder mehr?: Grundlagen, fachhistorische Rekonstruktion und Bewertung	19
Peter Szyszka	
Verwirklichungschancen als zentrale Referenz der Verwaltungs-PR: Impulse des Capability-Ansatzes für eine Neuausrichtung der strategischen Kommunikation öffentlicher Verwaltungen	41
Ulrike Röttger	
Gemeinwohl kraft Vielstimmigkeit: Zur differenzorientierten Revision des Polyphonieansatzes	63
Oliver Raaz	
Meinwohl = Deinwohl = Gemeinwohl?: Potenziale und Grenzen von Public-Value-Ansätzen für die Konzeption und Untersuchung strategischer Kommunikation	81
Nadja Enke und Cornelia Wolf	

Gemeinwohlorientierte strategische Kommunikation: Dekonstruktion eines Oxymorons in drei Thesen	103
Nadja Enke, Melanie Malczok, Lisa Dühning und Nils S. Borchers	
Partikularinteresse gegen Gemeinwohl: Identifikation und Wahrnehmung von Interessen- und Wertkonflikten	
Public Relations zwischen partikularen Interessen und Gemeinwohl: Was uns PR-Fehler verraten	125
Anke Obwald	
Wertkonflikte bei der Anwendung von Big Data in der PR: Ethische Entscheidungsfindung von Kommunikator*innen am Beispiel von NGOs	145
Anna Dudenhausen und Christian Wiencierz	
Content Marketing - Kommunikationspraxis mit inhärentem Rollen- und Interessenkonflikt?	165
Jens Seiffert-Brockmann, Sabine Einwiller, Neda Ninova-Solovykh und Wolfgang Weitzl	
Moralische Perspektiven von Rezipient:innen auf Wert- und Interessenkonflikte beim Einsatz künstlicher Intelligenz in der strategischen Kommunikation	185
Timo Lenk und Kerstin Thummes	
Werthaltungen und Verantwortungsübernahme: Umgangsformen mit Interessen- und Wertkonflikten	
Der Wertekompass von PR-Berater*innen in ethischen Konflikten: Eine explorative Q-Studie	207
Swaran Sandhu und Anna-Lena Hildebrand	
Die unsichtbaren Geldverteiler*innen: Zur Verantwortung[slosigkeit] von Mediaplaner*innen	229
Klaus-Dieter Altmeyden und Corinna Lauerer	
Gemeinwohl verkaufen? Zur strategischen Verbindung von Weltverbessertum und Unternehmertum durch globale Digitalunternehmen: Ein Vergleich zwischen Selbst- und Fremdbeschreibung	247
Mark Eisenegger, Lisa Schwaiger, Daniel Vogler und Linards Udris	

Harmonie bewahren oder Konflikte austragen?: Zur öffentlichen Wahrnehmung dialogischer PR zwischen Win-Win-Logik und Agonismus	265
Kerstin Thummes und Peter Winkler	
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	283