

<b>Von der Schwierigkeit, Grenzen zu ziehen. Zur Debatte um Grenzen, Entgrenzung und Grenzüberschreitungen in der strategischen Kommunikation . . . . .</b>	1
Thomas Koch, Johannes Beckert, Benno Viererbl und Nora Denner	
<b>Grenzen zwischen Journalismus und strategischer Kommunikation</b>	
<b>Die Wirkung von (in)transparentem Native Advertising auf die Vertrauenswürdigkeit des Mediums . . . . .</b>	23
Sabine Einwiller und Christopher Ruppel	
<b>Grenzgänger . . . . .</b>	55
Ina von der Wense	
<b>Glaub- und Vertrauenswürdigkeit von Content Marketing . . . . .</b>	73
Natascha Löffler und Ulrike Röttger	
<b>Grenzgänge zwischen Journalismus und PR – Wie Grenzen auf individueller Ebene verschwimmen und welches Konfliktpotenzial damit verbunden ist . . . . .</b>	95
Benno Viererbl	
<b>Churnalism aus Leserperspektive: Glaubwürdigkeits- und Legitimitätseffekte grenzüberschreitender Public Relations . . . . .</b>	113
Irina Lock	

**Entgrenzung strategischer Kommunikation**

- ,Entweder-Oder‘ und ‚Sowohl-als-Auch‘. Moden der  
PR zwischen Grenzziehung und Entgrenzung ..... 135  
Peter Winkler, Olaf Hoffjann und Jannik Kretschmer

- Die Entgrenzung der Wahlkampfkommunikation: Wie politische  
Kommunikator:innen die Potenziale der strategischen  
Influencer-Kommunikation einschätzen ..... 155**  
Lara Bühler und Nils S. Borchers

- Entdifferenzierung der PR, Markt- und Markenkommunikation  
im Social Media Management? Eine empirische Bestandsaufnahme ... 177**  
Rosemarie Nowak und Christian Rudeloff

**Ethische Grenzen und Grenzüberschreitungen in der  
strategischen Kommunikation**

- Organizing Ethics ..... 199**  
Felix Krebber und Lara Valentina Neidhart

- Ethische Dilemmata in der digitalen Kommunikation: Eine  
empirische Untersuchung zum Umgang mit potenziellen  
Grenzüberschreitungen in Entscheidungsprozessen ..... 219**  
Jeanne Link und Ansgar Zerfaß

- Grenzenlose Inkorporation grüner Werte? Zum kommunikativen  
Umgang mit Wertekomplexität in Partei- und Wahlkampf-  
programmen österreichischer Nationalratsparteien ..... 243**  
Alexandra Krämer

- Beteiligungsverfahren als Instrument strategischer  
Kommunikation ..... 265**  
Felix Krebber und Lars Rademacher