
Inhalt

Vorwort zur 3. Auflage 2015	11
Vorwort zur 2. Auflage	14
Vorwort zur 1. Auflage 2005	15
Einführung: Forschungsfeld Public Relations	19
Teil 1: Disziplinäre Perspektiven	
Disziplinäre Perspektiven – Intro	27
<i>Otfried Jarren/Ulrike Röttger</i> Public Relations aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht	29
<i>Anna Maria Theis-Berglmair</i> Public Relations aus organisationssoziologischer Perspektive	47
<i>Susanne Femers</i> Public Relations aus sozialpsychologischer Sicht	63
<i>Gerhard Vowe/Stephanie Opitz</i> Public Relations aus politikwissenschaftlicher Sicht	85

Teil 2: Theorien: Ansätze und Modelle

Theorien: Ansätze und Modelle – Intro	99
<i>Romy Fröhlich</i>	
Zur Problematik der PR-Definition(en)	103
<i>Michael Kunzlik/Peter Szyszka</i>	
Praktikertheorien	121
<i>Beatrice Dernbach</i>	
Systemtheoretisch-gesellschaftsorientierte Ansätze	143
<i>Stefan Wehmeier</i>	
Organisationsbezogene Ansätze	155
<i>Klaus Merten</i>	
Der konstruktivistische Ansatz	175
<i>Günter Bentele</i>	
Rekonstruktiver Ansatz	191
<i>Peter Szyszka</i>	
Integrativer Theorieentwurf	205
<i>Ulrike Röttger</i>	
Strukturierungstheoretischer Ansatz	229
<i>Swaran Sandhu</i>	
Public Relations aus neo-institutionalistischer Perspektive	243
<i>Joachim Westerbarkey</i>	
Kritische Ansätze: ausgewählte Paradigmen	261
<i>Roland Burkart</i>	
Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (VÖA): Das Konzept und seine Rezeption	277
<i>Juliana Raupp</i>	
Determinationsthese	305

<i>Günter Bentele/Ronny Fechner</i>	
Intereffikationsmodell	319
<i>Matthias Karmasin</i>	
PR im Stakeholder-Ansatz	341
<i>Carl H. Botan/Janey G. Trowbridge</i>	
Public Relations Theory: Past, Present and Future	357
 Teil 3: Schlüsselbegriffe und Bezugsgrößen	
Schlüsselbegriffe und Bezugsgrößen – Intro	381
<i>Klaus Merten</i>	
Kommunikation und Persuasion	385
<i>Anna Maria Theis-Berglmair</i>	
Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	399
<i>Günter Bentele/René Seidenglanz</i>	
Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Begriffe, Ansätze, Forschungsübersicht und praktische Relevanz	411
<i>Mark Eisenegger</i>	
Identität, Image und Reputation – Eine kommunikationssoziologische Begriffsarchitektur	431
<i>Patrick Rössler</i>	
Thematisierung und Issues Framing	461
 Teil 4: Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit	
Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit – Intro	481
<i>Peter Szyszka</i>	
Berufsgeschichte Public Relations in Deutschland	487
<i>Günter Bentele</i>	
Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR	511

<i>Ulrike Röttger</i>	
Berufsgeschichte der Public Relations in der Schweiz	529
<i>Karl Nessmann</i>	
PR-Berufsgeschichte: Österreich. Anfänge und Entwicklungen	541
<i>Romy Fröhlich</i>	
Befunde der PR-Berufsfeldforschung in Deutschland	555
<i>Lothar Rolke</i>	
Berufsfeld Wirtschaft	571
<i>Jens Tenscher/Frank Esser</i>	
Berufsfeld Politik	585
<i>Beatrice Dernbach</i>	
Berufsfeld Verbände	597
<i>Tobias Liebert</i>	
Berufsfeld Kommunen/kommunale PR	615
<i>Romy Fröhlich/Sonja B. Peters</i>	
Non-Profit-PR	631
<i>Reinhold Fuhrberg</i>	
PR-Einzelberater und -Agenturen als Dienstleister	651
<i>Romy Fröhlich</i>	
Die Feminisierung der PR – Grundlagen und empirische Befunde	669
Teil 5: Handlungsfelder	
Handlungsfelder – Intro	691
<i>Howard Nothhaft/Günter Bentele</i>	
Strategie und Konzeption: Die Lehre der strategischen Kommunikation	697
<i>Ansgar Zerfaß</i>	
Kommunikations-Controlling: Steuerung und Wertschöpfung	715

<i>Lars Rademacher</i>	
Integrierte Kommunikation	739
<i>Simone Huck-Sandhu</i>	
Internationale PR-Arbeit	757
<i>Stefan Lütgens</i>	
Issues Management	773
<i>Peter Szyszka/Cathrin Christoph</i>	
Medienarbeit (Presse-/Medienarbeit)	795
<i>Heinz Bonfadelli</i>	
Kampagnen-Kommunikation	815
<i>Ulrike Buchholz</i>	
Interne Unternehmenskommunikation	831
<i>Peter Szyszka/Sabine Einwiller</i>	
PR-Arbeit im Absatzmarkt	851
<i>Frank Herkenhoff</i>	
Grundlagen der Finanzkommunikation	869
<i>Olaf Hoffmann</i>	
Public Affairs	883
<i>Jörg Hoepfner</i>	
Markenkommunikation	905
<i>Paul Peters/Kerstin Liehr-Gobbers</i>	
Unternehmensreputation und Reputationsmanagement	919
<i>Franziska Weder/Matthias Karmasin</i>	
CSR – Potenziale für die PR-Forschung	933
<i>Katrin Häbel/Bernd Schuppener</i>	
Veränderungskommunikation	949
<i>Claudia Mast</i>	
Innovationskommunikation	965

<i>Georg Ruhrmann</i>	
Risiko und Risikokommunikation	977
<i>Hans Mathias Kepplinger</i>	
Konflikt- und Krisenkommunikation	993
<i>Andreas Schwarz</i>	
Strategische Krisenkommunikation von Organisationen	1001
<i>Thomas Pleil</i>	
Online-PR. Vom kommunikativen Dienstleister zum Katalysator für ein neues Kommunikationsmanagement	1017
<i>Günter Bentele/Jörg Hoepfner/Tobias Liebert</i>	
Corporate Publishing	1039
<i>Udo Branahl</i>	
Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit	1055
<i>Günter Bentele</i>	
Ethik der Public Relations – Grundlagen, Probleme und Reflexion	1069
Lexikon	
Vorbemerkung	1091
Stichwörter	1093
Kurzbiografien der Herausgeber und Autoren (3. Auflage)	1163