
Romy Fröhlich • Peter Szyszka
Günter Bentele (Hrsg.)

Handbuch der Public Relations

Wissenschaftliche Grundlagen und
berufliches Handeln. Mit Lexikon

3., überarbeitete und erweiterte Auflage

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 Kunczik/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 Einwijller</i>	
PR-Arbeit im Absatzmarkt	851
<i>Frank Herkenhoff</i>	
Grundlagen der Finanzkommunikation	869
<i>Olaf Hoffjann</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