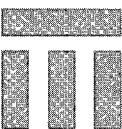


Ulrike Röttger
Sarah Zielmann (Hrsg.)

PR-Beratung

Theoretische Konzepte
und empirische Befunde



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Ulrike Röttger / Sarah Zielmann

| | |
|---|---|
| Beiträge zur Kartografie der PR-Beratung..... | 7 |
|---|---|

Bausteine einer Theorie der PR-Beratung

Ein Gespräch mit Nicole J. Saam

| | |
|---|----|
| Organisationssoziologische Zugänge zu PR-Beratung | 19 |
|---|----|

Ulrike Röttger / Sarah Zielmann

| | |
|---|----|
| Entwurf einer Theorie der PR-Beratung | 35 |
|---|----|

Peter Szyszka

| |
|---|
| Kommunikationsberatung als Beobachtung dritter Ordnung. |
|---|

| | |
|--|----|
| Versuch einer systemtheoretischen Vermessung | 59 |
|--|----|

Empirische Befunde zur PR-Beratung

Joachim Preusse / Jana Schmitt

| | |
|--|----|
| Zum Status Quo der PR-Beratungs-Forschung. Stand und Perspektiven eines vernachlässigten Forschungsfeldes | 75 |
|--|----|

Reinhold Fuhrberg

| |
|----------------------|
| Erfolg ohne Wirkung? |
|----------------------|

| | |
|--|----|
| Analyse der Erfolgskriterien von PR-Agenturen und Kunden | 87 |
|--|----|

Stefanie Löhn / Ulrike Röttger

| |
|--|
| Vertrauen in die Vertrauensspezialisten. |
|--|

| |
|--|
| Theoretische Konzeption und empirische |
|--|

| | |
|--|-----|
| Analyse von Vertrauen in der PR-Beratung | 105 |
|--|-----|

Olaf Hoffmann / Ulrike Röttger

| | |
|--|-----|
| Wissensmanagement in PR-Agenturen..... | 125 |
|--|-----|

Besondere Merkmale des Arbeitsfeldes PR-Beratung*Swaran Sandhu*

Legitimitätsexperten in eigener Sache?

Zur sozialen Konstruktion der PR-Beratung..... 151

Juliana Raupp

Wie professionell ist die PR-Beratung?

Ein Beitrag zu Stand und Perspektiven der

Professionalisierungsdebatte in der PR-Forschung..... 173

Stephanie Opitz / Gerhard Vowe

Typen externer politischer PR-Dienstleister.

Ein Beitrag zur Vermessung der PR-Welt 187

Sonja B. Lorenz

Genderaspekte im doppelten Beratungsdreieck externer PR-Dienstleistungen 197

Herausforderungen und Wandel der PR-Beratung*Lars Rademacher*

Wirksam beraten!

Konsequenzen eines veränderten

Strategiebegriffs für die Kommunikationsberatung..... 213

Christopher Storck

Kapitalmarkt, Stakeholder, Controlling –

Paradigmenwechsel in der Kommunikationsberatung..... 227

Zu den Autorinnen und Autoren dieses Bandes..... 235