

Günter Bentele · Romy Fröhlich  
Peter Szyszka (Hrsg.)

# Handbuch der Public Relations

Wissenschaftliche Grundlagen  
und berufliches Handeln

Mit Lexikon

2., korrigierte und erweiterte Auflage



**VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN**

# Inhalt

Vorwort.....	9
Einleitung.....	13
<b>Teil 1</b>	
<b>Disziplinäre Perspektiven.....</b>	<b>17</b>
Public Relations aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ( <i>Otfried Jarren/Ulrike Röttger</i> ).....	19
Public Relations aus organisationssoziologischer Perspektive ( <i>Anna Maria Theis-Berglmair</i> ).....	37
Public Relations aus sozialpsychologischer Sicht ( <i>Susanne Femers</i> ).....	50
Public Relations aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften ( <i>Markus Will</i> ).....	62
Public Relations aus politikwissenschaftlicher Sicht ( <i>Silke Adam/Barbara Berkel/Barbara Pfetsch</i> ).....	78
<b>Teil 2</b>	
<b>Theorien: Ansätze und Modelle.....</b>	<b>91</b>
<b>Definitionen und Praktikertheorien</b>	
Die Problematik der PR-Definition(en) ( <i>Romy Fröhlich</i> ).....	95
Praktikertheorien ( <i>Michael Kunczik/Peter Szyszka</i> ).....	110

## **Allgemeine Theorieansätze**

Systemtheoretisch-gesellschaftsorientierte Ansätze ( <i>Manfred Rühl</i> ).....	125
Konstruktivistischer Ansatz ( <i>Klaus Merten</i> ).....	136
Ein rekonstruktiver Ansatz der Public Relations ( <i>Günter Bentele</i> ).....	147
Organisationsbezogene Ansätze ( <i>Peter Szyszka</i> ).....	161
Kritische Ansätze: ausgewählte Paradigmen ( <i>Joachim Westerbarkey</i> ).....	177

## **Spezielle Ansätze mittlerer Reichweite**

Determinationsthese ( <i>Juliana Raupp</i> ).....	192
Intereffikationsmodell ( <i>Günter Bentele</i> ).....	209
Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit ( <i>Roland Burkart</i> ).....	223
PR-Verständnis im Marketing ( <i>Peter Szyszka</i> ).....	241
Public Relations im Kontext der Unternehmenskommunikation ( <i>Nikodemus Herger</i> ).....	254
Stakeholder Management als Ansatz der PR ( <i>Matthias Karmasin</i> ).....	268

## **Amerikanische Einflüsse**

Systemtheoretisch-kybernetische Ansätze aus den USA und ihre Rezeption im deutschen Sprachraum ( <i>Stefan Wehmeier</i> ).....	281
---	-----

<b>Teil 3</b>	
<b>Schlüsselbegriffe und Bezugsgrößen</b> .....	295
Kommunikation und Persuasion (Klaus Merten).....	297
Organisation und Organisationsinteresse (Peter Szyszka).....	309
Identität und Image (Reinhold Bergler).....	321
Öffentlichkeit und öffentliche Meinung (Anna Maria Theis-Berglmair).....	335
Vertrauen und Glaubwürdigkeit (Günter Bentele/René Seidenglanz).....	346
Themen der Öffentlichkeit und Issues Management (Patrick Rössler).....	362
<b>Teil 4</b>	
<b>Öffentlichkeitsarbeit als berufliches Handeln</b> .....	379
<b>Berufsgeschichte</b>	
Bundesrepublik Deutschland (Peter Szyszka).....	382
Schweiz (Ulrike Röttger).....	396
Österreich (Karl Nessmann).....	407
Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR (Günter Bentele).....	415
<b>Berufsrollen und Berufsfelder</b>	
Public Relations als Beruf: Entwicklung, Ausbildung und Berufsrollen (Romy Fröhlich).....	431

Berufsfeld Wirtschaft ( <i>Lothar Rolke</i> ).....	444
Berufsfeld Politik ( <i>Jens Tenschler/Frank Esser</i> ).....	458
Berufsfeld Verbände ( <i>Beatrice Dernbach</i> ).....	468
Berufsfeld Kommunen/kommunale PR ( <i>Tobias Liebert</i> ).....	482
Berufsfeld Non-Profit-PR ( <i>Jan Tonnemacher</i> ).....	493
<b>Kommunikationshandeln</b>	
Aufgabenfelder ( <i>Ulrike Röttger</i> ).....	501
Konzeption strategischer PR-Arbeit ( <i>Michael Behrent</i> ).....	511
Risikokommunikation und Konflikt ( <i>Georg Ruhrmann</i> ).....	524
Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation ( <i>Ansgar Zerfuß</i> ).....	536
<b>Normative Grundlagen</b>	
Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit ( <i>Udo Branahl</i> ).....	552
Ethik der Public Relations – Grundlagen und Probleme ( <i>Günter Bentele</i> ).....	565
<b>Teil 5</b>	
<b>Lexikon</b> .....	578
Schlagwortregister.....	631
Autorinnen und Autoren.....	637