

Christiane Hauser

# Akteure und Organisationsweisen der Hochschul- kommunikation

Eine Analyse der  
Akteurkonstellationen und Akteur-  
Struktur-Dynamiken an deutschen  
Hochschulen

**Springer VS**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungs-und Tabellenverzeichnis</b>	<b>IX</b>
<b>Zusammenfassung</b>	<b>XI</b>
<b>1 Hochschulkommunikation in Praxis und Forschung</b>	<b>1</b>
1.1 Hochschulkommunikation im Kontext gesellschaftlichen Wandels	1
1.2 Hochschulkommunikation als Forschungsgegenstand	5
1.2.1 <i>Zentrale Begriffe</i>	5
1.2.2 <i>Forschungsfeld Hochschulkommunikation</i>	10
1.3 Gliederung der Arbeit	20
<b>2 Die Organisation „Hochschule“</b>	<b>23</b>
2.1 Kommunikationswissenschaftliche Konzepte	24
2.1.1 <i>Organisationsbezogene Ansätze im Forschungsfeld PR</i>	24
2.1.2 <i>Überlegungen aus der Unternehmenskommunikation und Non-Profit-PR</i>	32
2.1.3 <i>Ansätze aus dem Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation</i>	35
2.1.4 <i>Zusammenfassung</i>	38
2.2 Organisationen aus der Perspektive der Organisationsforschung	39
2.3 Die „Organisationswerdung“ der Hochschulen	41
2.4 Zusammenfassung	56
<b>3 Organisation von Hochschulkommunikation</b>	<b>59</b>
3.1 Grundzüge des sozialintegrativen Ansatzes	59
3.1.1 <i>Akteurmodelle und Akteurkonstellationen</i>	61
3.1.2 <i>Organisationen und soziale Strukturen</i>	70
3.2 Organisation von Hochschulkommunikation	75
3.2.1 <i>Zentrale und dezentrale Kommunikator*innen in der Hochschule</i>	78
3.2.2 <i>Typologie der Kommunikator*innen</i>	84
3.3 Zwischenfazit: Hochschulkommunikation sozialintegrativ gedacht	87
<b>4 Methodisches Vorgehen und Auswahlprozess</b>	<b>95</b>
4.1 Qualitative, leitfadengestützte Interviews	96
4.2 Operationalisierung und Entwicklung des Leitfadens	99
4.3 Auswahlprozess	105
4.3.1 <i>Die ausgewählten Organisationen</i>	105

4.3.2	<i>Auswahl der Interviewpartner*innen</i>	109
4.4	Durchführung und Auswertung der Interviews	116
<b>5</b>	<b>Hochschulkommunikation in drei ausgewählten Universitäten</b>	<b>119</b>
5.1	Universität A –starke, zentralisierte Hochschulkommunikation	119
5.2	Universität B –ressourcenknappe Verwaltungseinheit	124
5.3	Universität C –kleine, zentral stark vernetzte Abteilung	129
5.4	Zusammenfassung	133
<b>6</b>	<b>Die Kommunikationsabteilung als Schnittstelle</b>	<b>137</b>
6.1	Schnittstelle zur Hochschulleitung	138
6.2	Schnittstelle zu Wissenschaftler*innen	146
6.3	Schnittstelle zu anderen Abteilungen der Hochschulverwaltung	153
6.4	Schnittstelle zu dezentralen Kommunikator*innen	163
6.4.1	<i>Dezentrale Kommunikator*innen in drei Universitäten</i>	164
6.4.2	<i>Einbindung und Aufgabenteilung</i>	171
6.4.3	<i>Formale und informelle Strukturen der Zusammenarbeit</i>	185
6.4.4	<i>Zusammenfassung</i>	193
6.5	Schnittstelle zu hochschulnahen Externen	196
6.6	Zusammenfassung	211
<b>7</b>	<b>Akteur-Struktur-Dynamiken in der Hochschulkommunikation</b>	<b>217</b>
7.1	Einleitung	217
7.2	Akteurkonstellationen in der Hochschulkommunikation	219
7.3	Soziale Strukturen in der Organisation „Hochschule“	236
7.4	Zusammenfassung	243
<b>8</b>	<b>Fazit und Ausblick</b>	<b>249</b>
	<b>Literatur</b>	<b>259</b>
	<b>Anhang</b>	<b>279</b>