

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort 1</b> .....	<b>5</b>
<b>Geleitwort 2</b> .....	<b>7</b>
<b>Danksagung</b> .....	<b>11</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>17</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>19</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>21</b>
<b>2 Kommunikationsbedingungen für Strafverfahren in der Mediengesellschaft</b> .....	<b>25</b>
2.1 Die Mediengesellschaft aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht.....	25
2.2 Das kommunikative Umfeld für Strafverfahren .....	26
<b>3 Zur Aufgabe der Staatsanwaltschaft im deutschen Recht</b> .....	<b>31</b>
3.1 Entstehungsgeschichte der Staatsanwaltschaften .....	31
3.2 Aufbau der Staatsanwaltschaften.....	32
3.3 Tätigkeitsbereiche der Staatsanwaltschaften .....	33
3.4 Objektivität vs. Parteilichkeit von Staatsanwaltschaften .....	33
<b>4 Zur Öffentlichkeitsarbeit von Staatsanwaltschaften</b> .....	<b>37</b>
4.1 Gesetzliche Grundlagen und allgemeine Ziele der Öffentlichkeitsarbeit .....	37
4.2 Pflichten und Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit .....	42
4.3 Zur Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit .....	46
4.4 Werkzeuge der Öffentlichkeitsarbeit .....	49
4.5 Einstellungswandel gegenüber der Öffentlichkeitsarbeit .....	51

4.6	Empirische Erkenntnisse zur Öffentlichkeitsarbeit von Staatsanwaltschaften.....	53
4.6.1	Zum Stand der ‚Litigation-PR‘ bei Gerichten, Staatsanwaltschaften und Kanzleien in Deutschland .....	54
4.6.2	Zusätzliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit von Staatsanwaltschaften – Kontrolle der Kommunikationsarbeit der Polizei.....	56
4.6.3	Aktive Pressemitteilungen zur Ankündigung von Verfahren .....	57
<b>5</b>	<b>Kritik an der Öffentlichkeitsarbeit von Staatsanwaltschaften .....</b>	<b>59</b>
5.1	Kritik aufgrund der Missachtung der Objektivitätsverpflichtung....	59
5.2	Kritik am Führen informeller Hintergrundgespräche .....	61
5.3	Kritik hinsichtlich Persönlichkeitsrechtsverletzungen.....	62
5.4	Kritik einer Prozessführung über die Medien.....	63
5.5	Mögliche Gründe für Fehlverhalten im Rahmen der staatsanwaltschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit.....	65
<b>6</b>	<b>Zusammenfassung Theorie – Ausblick Empirie .....</b>	<b>67</b>
<b>7</b>	<b>Methodik.....</b>	<b>71</b>
7.1	Forschungsinteressen.....	71
7.2	Forschungsfragen und Hypothesen.....	74
7.3	Instrument und Operationalisierung .....	79
7.4	Grundgesamtheit.....	93
7.5	Durchführung .....	93
7.6	Stichprobe – erzielte Beteiligung.....	96
<b>8</b>	<b>Ergebnispräsentation.....</b>	<b>99</b>
8.1	Themenbereich 1 – Kommunikationsbedingungen für Strafverfahren in der Mediengesellschaft .....	105
8.2	Themenbereich 2 – Rollenselbstverständnis.....	111
8.3	Themenbereich 3 – Auswirkungen großer Medienpräsenz und allgemeine Ziele der Öffentlichkeitsarbeit.....	117
8.4	Themenbereich 4 – Professionalisierung.....	123
8.5	Themenbereich 5 – Selbsteinschätzung zur Arbeitssituation.....	138
8.6	Themenbereich 6 – Werkzeuge der praktischen Öffentlichkeitsarbeit .....	142
8.7	Themenbereich 7 – Ausrichtung der Öffentlichkeitsarbeit.....	150
8.8	Themenbereich 8 – Kritik .....	155

---

<b>9</b>	<b>Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse .....</b>	<b>169</b>
<b>10</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>179</b>
<b>Anhang.....</b>		<b>183</b>
1.	Anschreiben Staatsanwaltschaften.....	183
2.	Erinnerung an Fragebogen.....	185
3.	Letzte Erinnerung an Fragebogen.....	185
4.	Fragebogen .....	186
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>203</b>



<http://www.springer.com/978-3-658-06892-9>

Öffentlichkeitsarbeit von Staatsanwaltschaften in der  
Mediengesellschaft

Eine repräsentative Studie

Kottkamp, J.

2015, XIX, 188 S. 19 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06892-9