

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 PR-Wissenschaft: Methodologie in Sicht?</b> .....	1
1.1 Corporate Communication vs. Corporate Communications (Singular/Plural)? .....	2
Jan Lies	
1.2 Methodologien, Methodik und Methoden der PR .....	4
Jan Lies	
1.3 Old School vs. New School der Public Relations .....	12
Jan Lies	
Literatur .....	19
<b>2 PR-treibende Institutionen</b> .....	21
2.1 Berufsorganisationen der Public Relations .....	21
Michael Kleinjohann	
2.2 PR-Agenturen .....	25
Jan Lies	
2.3 PR-Agentur – Pitch: Agenturauswahl .....	30
Jan Lies	
Literatur .....	37
<b>3 PR-Geschichte</b> .....	39
3.1 Propaganda .....	40
Christina Vaih-Baur	
3.2 Leistungen der PR-Geschichtsforschung .....	44
Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
3.3 PR-Geschichte – das Schichtenmodell .....	52
Jan Lies	
Literatur .....	56
<b>4 Basisstrukturen und -prozesse der PR</b> .....	59
4.1 Beziehungen .....	60
Jan Lies	

4.2	Kommunikation .....	72
	Jan Lies	
4.3	Kommunikation – und Dialog .....	75
	Jan Lies	
4.4	Kommunikation – und Handlung .....	80
	Jan Lies	
4.5	Öffentlichkeit, Teilöffentlichkeit, Zielgruppe .....	86
	Jan Lies	
	Literatur .....	96
<b>5</b>	<b>Basiswissenschaften der PR .....</b>	<b>99</b>
5.1	Ziel der Identifikation von PR-Basiswissenschaften .....	100
	Jan Lies	
5.2	Kernthemen und -argumente der Basiswissenschaften .....	100
	Jan Lies	
5.3	Fazit: PR als wissenschaftsübergreifendes Phänomen .....	103
	Jan Lies	
5.4	Basiswissenschaften der PR: Wirtschaftswissenschaften .....	103
	Jan Lies	
5.5	Basiswissenschaften der PR: Politikwissenschaft .....	111
	Jan Lies	
5.6	Basiswissenschaften der PR: Kommunikationswissenschaften .....	115
	Jan Lies	
5.7	Basiswissenschaften der PR: Psychologie .....	120
	Jan Lies	
5.8	Basiswissenschaften der PR: Soziologie .....	133
	Jan Lies	
5.9	Basiswissenschaften der PR: Kulturwissenschaften .....	141
	Jan Lies	
5.10	Basiswissenschaften der PR: Didaktik .....	147
	Jan Lies	
	Literatur .....	153
<b>6</b>	<b>PR-Theorien .....</b>	<b>157</b>
6.1	Was leisten PR-Theorien? .....	159
	Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
6.2	Strukturierung der Theorien .....	160
	Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
6.3	Die zwei Schwerpunkte der theoretischen PR-Diskussion .....	161
	Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
6.4	PR-Theorien: Funktionalistische Ansätze .....	162
	Jan Lies, Christina Vaih-Baur und Dejan Verčič	

---

6.5 PR-Theorien: Normative Ansätze .....	180
Jan Lies	
6.6 PR-Theorien: Systemtheorien .....	210
Jan Lies, Christina Vaih-Baur und Dejan Verčič	
6.7 System-funktionalistische Theorien .....	264
Jan Lies	
Literatur .....	282
<b>7 Wirkungsdimensionen der PR .....</b>	<b>287</b>
7.1 Image – und Reputation .....	288
Jan Lies und Falk Tennert	
7.2 Compliance-Kommunikation .....	294
Lars Rademacher	
7.3 Reputationsmanagement und Reputationsmodelle .....	304
Falk Tennert	
7.4 Macht und Public Relations .....	314
Jan Lies	
7.5 Vertrauen und Public Relations .....	322
Volker Eickenberg, Jan Lies und Andreas Schelske	
Literatur .....	344
<b>8 Bewertung von PR .....</b>	<b>349</b>
8.1 Kommunikationsziele .....	350
Jan Lies	
8.2 Qualität des PR-Managements .....	360
Christian Schicha	
8.3 Evaluation – Balanced Scorecard und Key Performance Indicators (KPI) .....	368
Jan Lies	
8.4 Evaluation – Controlling .....	375
Jan Lies	
8.5 Evaluation – Output, Outgrowth, Outcome, Outflow .....	379
Jan Lies und Falk Tennert	
8.6 Medienresonanzanalyse .....	384
Falk Tennert	
8.7 Evaluation – Unternehmensrealität, Messbarkeit und Durchsetzbarkeit ...	396
Jan Lies	
Literatur .....	402
<b>9 PR-Defekte und Konfliktlinien .....</b>	<b>405</b>
9.1 Lüge – Public Relations und Werbung .....	406
Jan Lies	

---

9.2 Gerüchte und Public Relations .....	412
Jan Lies und Ralf Spiller	
9.3 Journalismus – Determinationsthese .....	418
Jan Lies	
9.4 Journalismus – Intereffikationsmodell .....	424
Jan Lies	
Literatur .....	426
<b>10 PR-Recht .....</b>	<b>429</b>
10.1 Medienordnung .....	430
Michael Kleinjohann	
10.2 Medienordnung – Presserecht und Rechtsanforderungen .....	436
Jan Lies	
10.3 PR-Recht .....	439
Ralf Spiller	
Literatur .....	442
<b>Der Herausgeber .....</b>	<b>443</b>
<b>Die Autoren .....</b>	<b>445</b>
<b>Sachverzeichnis .....</b>	<b>447</b>



<http://www.springer.com/978-3-658-06996-4>

Theorien des PR-Managements  
Geschichte - Basiswissenschaften -  
Wirkungsdimensionen  
Lies, J. (Hrsg.)  
2015, X, 453 S. 51 Abb., Hardcover  
ISBN: 978-3-658-06996-4