

# Inhaltsverzeichnis

Seite

Impressum 6

Vorwort 10

## X I. Teil **Kommunikation gestern, heute, morgen**

X Prof. Dr. Albert Oeckl,  
Die Zukunft der Public Relations aus der Perspektive des PR-Pioniers 13

X Prof. Dr. Wolfgang Bergsdorf,  
Politische Kommunikation: Definitionen – Probleme – Methoden 30

X Dr. Manfred Buchwald,  
Nachrichtenquelle Public Relations 42

Dipl.-Politologe Dieter Gaarz,  
Eierlegendewollmilchsau gesucht – Anmerkungen und Fragen zu  
Qualifizierung und Professionalisierung von Public Relations 50

## II. Teil **Das Spektrum der Zukunft**

X Geoffrey Nightingale,  
Management-Kommunikation: kein Platz für Herr-Knecht-Verhältnisse 65

Dipl.-Volkswirt Horst P. Borghs,  
Unternehmerische Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit von morgen 80

Hansjürgen Meisert,  
Gedanken zur Kommunikationsstrategie für die nähere Zukunft –  
Voraussetzungen, Anpassungsmechanismen und Medien künftiger  
Betriebspublizistik 90

Hugo Jung,  
Öffentlichkeitsarbeit für eine energiereiche Branche –  
Erfahrungen und Ausblicke aus der Kommunikationsarbeit im Bereich  
der Kernenergie 108

Dr. Klaus Mölln,  
Kulturkommunikation – Aufgabe der Zukunft 124

Bodo Bimboese, M.A.,  
Financial und Investor Relations am Beispiel von Going Public 138

Erika Backhaus,  
Krisenprävention und Krisenmanagement –  
eine grundsätzliche Zukunftsaufgabe 148

Peter G. C. Lux, Corporate Identity und künftige Public Relations	156
Dipl. VerwW Jörg Blumenthal, Wie läßt sich eine Stadt kommunikativ führen? Versuch einer Vision	170
Dipl.-Volkswirt Karl-Heinz Schulz/Stephan M. Cremer, Die zukünftige Bedeutung sozialer Kommunikation	184

### III. Teil **Die Berater der Zukunft**

Dipl. phil. Günter F. Thiele, Die Public Relations-Agentur der neunziger Jahre	197
Jürgen Togotzes, Die Zukunft der PR aus der Sicht einer internationalen Kommunikationsagentur	204
Dipl.-Kaufmann Jürg W. Leipziger, Von Product Publicity über Message Placement zur Dialog-PR	218

### IV. Teil **Qualifikation für die Zukunft**

Klaus Januschewski, Ein neuer Verhandlungsstil – Chance in einer sich wandelnden Kultur	229
Bernhard Meyer, M.A., Formen und Perspektiven der Public Relations-Ausbildung	236
Dipl.-Pädagogin Maria Helena Ziegler, Erfolgreich planen – zielbewußt handeln: moderne Konzeptionstechnik und das Handlungsforschungsmodell	248
Prof. Dr. Barbara Baerns, „Feminisierung“ der Öffentlichkeitsarbeit – Perspektiven und Konsequenzen eines Wandels	268
Prof. Dr. Dr. Benno Signitzer, Umrisse einer künftigen Public Relations-Wissenschaft und ihre Funktion im Professionalisierungsprozeß	282

**Autorenbiographien am Schluß des jeweiligen Beitrages**