

Inhalt

Vorwort	7
Modelle, Typen und Strukturen	
Gerüchte als Gegenstand der theoretischen und empirischen Forschung Manfred Bruhn	11
Gerücht – Figuren, Prozesse, Begriffe Werner Wunderlich	41
Das Gerücht und die Medien . Medientheoretische Annäherungen an einen Sondertypus der informellen Kommunikation Kay Kirchmann	67
Gerücht oder Faktizität? Zur kommunikativen Aushandlung von Geltungsansprüchen Thomas S. Eberle	85
Marken und Märkte	
Managing brands through rumors Jean-Noël Kapferer	117
Wirkungen von Gerüchten und Handlungsalternativen für Unternehmen Iris Mallmann	155
Gerüchte an Finanzmärkten Friedrich Thießen	179
Organisationen	
Gerüchte in der internen Kommunikation Die informelle Kommunikation von Mitarbeitern für Mitarbeiter in der Praxis Siegfried Schick	223

Der Umgang mit Gerüchten im Unternehmensfeld	249
Ausgewählte Praxiserfahrungen Manfred Piwinger	
Gerüchte im Umfeld von Schulinnovationsprozessen	275
José Gomez und Anette Grasshoff	
Recht	
Das Medium Gerücht im Informationsrecht	303
Herbert Burkert	
Geschichte und Gesellschaft	
Horror Mahlzeit, Höllentrunk	323
Gerüchte und Geschichten um Essen und Trinken Christine Shojaei Kawan	
Wer hat Amadeus umgebracht?	355
Ein Kapitel aus der Mediengeschichte des Gerüchts Werner Wunderlich	
Gerücht als Propaganda	387
Ursachen, Funktionsweise und Wirkung Eckhard Jesse und Mario Paul	
Veronas Baby	413
Gerüchte und Boulevardpresse Peter Harms	
Literatur	439
Christel Brüggelbrock und Peter Harms	
Sachregister	447
Autorinnen und Autoren	457